USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

SONDEO EXPLORATORIO DEL MERCADO DE MICROFINANCIAMIENTO EN LOS MUNICIPIOS DE CHALATENANGO, ILOBASCO, NUEVA CONCEPCIÓN, SENSUNTEPEQUE Y ZACATECOLUCA

Programa de Fortalecimiento de las Microfinanzas Rurales

(FOMIR II – DAI)

Agosto 2004

Esta publicación fue producida para la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Fue preparada por Development Alternatives, Inc.

SONDEO EXPLORATORIO DEL MERCADO DE MICROFINANCIAMIENTO EN LOS MUNICIPIOS DE CHALATENANGO, ILOBASCO, NUEVA CONCEPCIÓN, SENSUNTEPEQUE Y ZACATECOLUCA

Programa de Fortalecimiento de las Microfinanzas Rurales

(FOMIR II – DAI)

Documento Elaborado por:

ERNESTO GALDAMEZ
Consultor Independiente

San Salvador, El Salvador, Agosto de 2004

FOMIR II - DAI
3a. Calle Poniente # 3977
Colonia Escalón
San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel: 264-3681 al 83

CONTRACT No. GEG-I-801-02-00011-00
USAIDAMAP EL SALV

Las opiniones que los autores expresan en esta publicación no necesariamente reflejan las opiniones de la Agencia de Desarrollo Internacional de Los Estados Unidos (USAID) o del Gobierno de Los Estados Unidos.

DAI
Development Alternatives, Inc.

“El microcrédito también puede ser generador de deuda y de mayor pobreza si se le inyecta dinamismo a negocios aislados participantes de un segmento de mercado estancado, donde las oportunidades de inversión contienen un alto componente de riesgo”
(Gorriti Gutiérrez, Jorge, “Estrategias de Financiamiento en la Lucha contra la Pobreza”)

ÍNDICE DE CONTENIDO

I INTRODUCCIÓN i
II APUNTES PRELIMINARES 1
II.1 ANTECEDENTE INMEDIATOS 1
II.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 1
II.3 TERRITORIOS SELECCIONADOS PARA LA INVESTIGACIÓN 2
II.4 METODOLOGÍA 2
II.4.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN UNIVERSO 3
II.4.2 EL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA 3
II.4.3 LA DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA 4
II.4.4 DISEÑO DE LA BOLETA DE LA ENCUESTA Y DE LA BITÁCORA DE CAMPO 5
II.4.5 PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO Y CAPTURA DE LA INFORMACIÓN 6
II.4.6 ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS DEL SONDEO EXPLORATORIO 8
III SONDEO EXPLORATORIO DEL MUNICIPIO DE CHALATENANGO, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO 9
III.1 PERFIL DEL GRUPO ENCUESTADO 9
III.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS 9
III.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS 9
III.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS 10
III.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 12
III.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO 12
III.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES 14
III.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 16
III.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS 16
III.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS 17
III.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR 18
III.5 CONCLUSIONES 19
IV SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE ILOBASCO, DEPARTAMENTO DE CABAÑAS 21
IV.1 PERFIL DE LOS GRUPOS ENCUESTADOS 21
IV.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS 21
IV.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS 22
IV.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS 23
IV.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 24
IV.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO 24
IV.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES 25
IV.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 27
IV.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS 27
IV.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS 28
IV.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR 31
IV.5 CONCLUSIONES 32
V SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE NUEVA CONCEPCIÓN, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO 34
V.1 PERFIL DE LOS GRUPOS ENCUESTADOS 34
V.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS 34
V.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS 34
V.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS 35
V.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 36
V.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO 36
V.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES 37
V.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 40
V.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS 40
V.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS 41
V.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR 42
V.5 CONCLUSIONES 43

VI SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE SENSUNTEPEQUE, DEPARTAMENTO DE CABAÑAS 45
VI.1 PERFIL DEL GRUPO ENCUESTADO 45
VI.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS 45
VI.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS 46
VI.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS 47
VI.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 48
VI.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO 48
VI.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES 49
VI.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 51
VI.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS 51
VI.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS 52
VI.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR 55
VI.5 CONCLUSIONES 56
VII SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE ZACATECOLUCA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ 58
VII.1 PERFIL DEL GRUPO ENCUESTADO 58
VII.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS 58
VII.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS 58
VII.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS 59
VII.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 60
VII.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO 60
VII.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES 61
VII.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO 63
VII.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS 63
VII.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS 64
VII.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR 68
VII.5 CONCLUSIONES 69

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

LISTADO DE CUADROS Y TABLAS

CUADROS

- CUADRO II.1: Nº ESTIMADO DE MICROEMPRESAS POR MUNICIPIO PARA EL AÑO 2003
- CUADRO II.2: CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA POR MUNICIPIO
- CUADRO II.3: DISTRIBUCION DE LA MUESTRA POR MUNICIPIO, SEGÚN LA ESTRUCTURA DEPARTAMENTAL PREVALECIENTE EN EL SECTOR DE LA MICROEMPRESA
- CUADRO III.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO III.2: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS
- CUADRO III.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO III.4: CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES
- CUADRO III.5: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO
- CUADRO III.6: OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO III.7: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO III.8: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO
- CUADRO III.9: VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES
- CUADRO IV.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO IV.2: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS
- CUADRO IV.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO IV.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO
- CUADRO IV.5: DESTINOS Y CONDICIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO IV.6: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO IV.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO
- CUADRO IV.8 CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES
- CUADRO IV.9.1: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES

- CUADRO IV.9.2: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICRO CRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES
- CUADRO V.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO V.2: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS
- CUADRO V.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO V.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO
- CUADRO V.5: OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO V.6: CONDICIONES PREFERIDAS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO V.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO
- CUADRO V.8.a : CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES
- CUADRO V.8.b: CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES
- CUADRO V.9.a: VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS
- CUADRO V.9.b: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS
- CUADRO VI.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO VI.2: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS
- CUADRO VI.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO VI.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO
- CUADRO VI.5: DESTINOS Y CONDICIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO VI.6: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO VI.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO
- CUADRO VI. 8 CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES
- CUADRO VI.9.1: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES
- CUADRO VI.9.2: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICRO CERDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES

- CUADRO VII.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO VII.2: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS
- CUADRO VII.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS
- CUADRO VII.4: CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES
- CUADRO VII.5: DESTINOS Y CONDICIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO VII.6: OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO
- CUADRO VII.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO
- CUADRO VII.8: CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES

TABLAS

- TABLA II.1: MUNICIPIOS PROPUESTOS COMO TERRITORIOS A INVESTIGAR
- TABLA II.2: CALENDARIZACIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN EN CAMPO

I INTRODUCCIÓN

En esencia, la presente investigación persigue dos objetivos fundamentales. Uno, identificar territorios donde las condiciones imperantes de oferta y demanda de microfinanciamiento representan ventanas de oportunidad de mercado para el ingreso y el crecimiento del número de clientes activos en la cartera de nuevos intermediarios financieros. Dos, facilitar un proceso de transferencia de conocimientos aplicados sobre métodos y herramientas de investigación de mercados de microfinanciamiento a un grupo de estudiantes universitarios y jóvenes profesionales designado por las instituciones socias de FOMIR II-DAI, mediante su capacitación y participación en las fases de diseño de los instrumentos, planificación de la investigación, captura de datos, análisis de la información y presentación de los resultados, bajo una filosofía pragmática de aprender-haciendo. Ahora bien, los municipios de Chalatenango, Ilobasco, Nueva Concepción, Sensuntepeque y Zacatecoluca fueron elegidos como los territorios meta para llevar a cabo la investigación, y dentro de éstos el sondeo exploratorio cubriría única y exclusivamente el perímetro del casco urbano de las cabeceras municipales.

Metodológicamente hablando, el estudio orbitó en torno al levantamiento de una encuesta entre los (as) microempresarios (as) cuya principal actividad económica se desempeña dentro de la jurisdicción de los municipios seleccionados, independientemente de si ésta es realizada dentro o fuera de la vivienda donde residen. Visto como un todo, el proceso metodológico comprendió una serie de seis etapas sucesivas: i) Determinación de la Población Universo; ii) Cálculo del Tamaño de la Muestra; ii) Distribución de la Muestra; iv) Diseño de la Boleta para el Levantamiento de la Encuesta y de la Bitácora de Campo; v) Programación del Trabajo de Campo y Captura de la Información; y, vi) Elaboración del Análisis Descriptivo de los Principales Hallazgos.

El cuerpo del trabajo está organizado en seis grandes partes. En la primera de ellas se abordan sumariamente los antecedentes inmediatos del presente estudio y se explica, paso a paso, la metodología aplicada en la investigación. De la segunda parte en adelante, utilizando un formato común de presentación de los principales hallazgos hechos con la encuesta levantada para cada uno de los 5 municipios antes mencionados, se entra a describir y analizar, de forma bastante condensada, el perfil de los encuestados, así como también los aspectos más relevantes de la demanda y oferta microcrediticia, respectivamente. Luego se consignan las observaciones de campo más relevantes anotadas por el equipo encuestador. Por último, se hace un sumario de las conclusiones extraídas del sondeo exploratorio llevado a cabo.

Finalmente, cabe expresar que las opiniones vertidas en el documento son de exclusiva responsabilidad del equipo consultor, y no representan ni son compartidas necesariamente por la institución patrocinadora del estudio.

II APUNTES PRELIMINARES

II.1 ANTECEDENTE INMEDIATOS

Al final del cierre fiscal del año pasado, se observó una tendencia generalizada hacia la disminución de las tasas de crecimiento registradas en el número total de clientes activos de microcrédito en la cartera de las instituciones, entidades y empresas participantes en el proyecto Fortalecimiento de las Microfinanzas Rurales (FOMIR II-DAI). Así, de acuerdo a los datos estadísticos manejados en el "Estudio de Ubicación Geográfica y Género de los Clientes de 11 Instituciones"[1], ellas contabilizaron a diciembre del 2002 un aumento neto consolidado de 16,832 clientes con relación al ejercicio inmediato anterior, pasando éstos de 77,514 en el 2001 a 94,346, equivalente a un vigoroso 22% de crecimiento. Por el contrario, si bien para la misma fecha del 2003 las cifras[2] absolutas globales reportadas continuaron al alza, ascendiendo la cartera a un total 99,661 clientes repartidos en todo el territorio nacional, proporcionalmente hablando la situación experimentó una sustancial variación en el comportamiento, en tanto el valor relativo de ese crecimiento se había contraído al 5.7%. En buen castellano, este parámetro nos estaba indicando, en términos bien generales, la necesidad de redoblar esfuerzos territoriales para lograr una mayor penetración del mercado, si se pretendía mantener un aceptable y sano ritmo de expansión anual de la colocación de recursos crediticios entre las micro unidades productivas. Como es lo pertinente bajo estas circunstancias, la pregunta pertinente para los intermediarios financieros es: *¿donde están, quiénes son y a cuáles son los principales rubros de actividad económica desempeñados en el segmento de demanda microcrediticia insatisfecha o completamente desatendida?*

Teniendo como telón de fondo el problema descrito brevemente, FOMIR II-DAI ha creído oportuno y conveniente proporcionar asistencia técnica a la Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito Comunal Vicentina de Responsabilidad Limitada (ACCOVI), a Apoyo Integral Sociedad Anónima de Capital Variable (INTEGRAL), al Banco Salvadoreño (BS) y a la Sociedad Cooperativa de Ahorro y Crédito AMC de Responsabilidad Limitada (AMC) a fin de hacer un sondeo exploratorio de la situación del mercado de microcrédito imperante en algunos territorios seleccionados o elegidos de antemano por las mismas entidades asistidas, procurando con ello identificar nuevas oportunidades concretas de negocio donde potencialmente ellas pudieran concentrar esfuerzos de ventas y mercadeo de sus productos y servicios financieros ofrecidos. Al mismo tiempo, FOMIR II-DAI busca tomar ventaja de la situación, aprovechando la coyuntura de mercado aludida para crear o fortalecer las capacidades técnicas y metodológicas de las entidades arriba mencionadas, orientadas a investigar y conducir esa clase estudios o sondeos de manera autosuficiente.

II.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tal y como se podrá haber anticipado después de la lectura del apartado anterior, los objetivos perseguidos con la presente investigación son los siguientes, a saber:

a) Identificar territorios donde las condiciones imperantes de oferta y demanda de microfinanciamiento representan ventanas de oportunidad de mercado para el ingreso y el crecimiento del número de clientes activos en la cartera de nuevos intermediarios financieros.

1. Ver "Estudio de Ubicación Geográfica y Género de los Clientes de 11 Instituciones", pp.7 artículo aparecido en la revista "MicroEnfoque", abril 2004, una publicación trimestral del proyecto FOMIR II-DAI, patrocinada con fondos de USAID/El Salvador
2. Ibidem.

b) Facilitar un proceso de transferencia de conocimientos aplicados sobre métodos y herramientas de investigación de mercados de microfinanciamiento a un grupo de estudiantes universitarios y jóvenes profesionales designado por las instituciones socias de FOMIR II-DAI, mediante su capacitación y participación en las fases de diseño de los instrumentos, planificación de la investigación, captura de datos, análisis de la información y presentación de los resultados, bajo una filosofía pragmática de aprender-haciendo

II.3 TERRITORIOS SELECCIONADOS PARA LA INVESTIGACIÓN

De conformidad a la ronda de visitas, reuniones y negociaciones individuales llevadas a cabo por FOMIR II con los representantes de ACCOVI, AMC, INTEGRAL y BS, durante el período comprendido entre el 7 y el 9 de junio de los corrientes, fueron seleccionados por común acuerdo entre las partes, *los municipios de Chalatenango, Ilobasco, Nueva Concepción, Sensuntepeque y Zacatecoluca como los territorios meta para llevar a cabo la investigación* (ver tabla I.1). Asimismo, *se acordó levantar la encuesta única y exclusivamente en el perímetro del casco urbano de las cabeceras municipales.*

TABLA II.1: MUNICIPIOS PROPUESTOS COMO TERRITORIOS A INVESTIGAR

MUNICIPIOS POR DEPARTAMENTO	INSTITUCIONES SOCIAS CONSULTADAS			
	ACCOVI	AMC	INTEGRAL	BS
CABAÑAS				
• Ilobasco	?	?		
• Sensuntepeque	?			
CHALATENANGO				
• Chalatenango			?	?
• Nueva Concepción			?	
LA PAZ				
• Zacatecoluca		?		

FUENTE: Elaboración propia

II.4 METODOLOGÍA

El sondeo exploratorio del mercado de microfinanciamiento gravitó en torno al levantamiento de una encuesta entre los (as) microempresarios (as) cuya principal actividad económica se desempeña dentro de la jurisdicción de los municipios seleccionados, independientemente de si ésta es realizada dentro o fuera de la vivienda donde residen.

Visto como un todo, el proceso metodológico comprendió una serie de seis etapas sucesivas:

1. Determinación de la Población Universo
2. Cálculo del Tamaño de la Muestra.
3. Distribución de la Muestra
4. Diseño de la Boleta para el Levantamiento de la Encuesta y de la Bitácora de Campo
5. Programación del Trabajo de Campo y Captura de la Información.
6. Elaboración del Análisis Descriptivo de los Principales Hallazgos

En los siguientes acápites se explicara, de manera muy esquemática, el contenido de cada etapa.

II.4.1 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN UNIVERSO

Tomando de base los 5 municipios seleccionados, se procedió a determinar cuántas unidades productivas pertenecientes al sector de la microempresa se estimaba había en cada uno de ellos para el año 2003, según las cifras oficialmente manejadas por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). Estas servirían respectivamente en cada ejercicio de cálculo de la muestra como la población universo (ver cuadro I.1).

CUADRO II.1 : Nº ESTIMADO DE MICROEMPRESAS POR MUNICIPIO PARA EL AÑO 2003

MUNICIPIOS	Nº DE MICROEMPRESAS
• Chalatenango	4,842
• Ilobasco	3,239
• Nueva Concepción	3,665
• Sensuntepeque	2,883
• Zacatecoluca	13,226
TOTAL	27,855

FUENTE: PROYECTO FOMIR II-DAI, "Listado Comparativo de Clientes por Municipio", Unidad de Información Local, datos a marzo 2004; y cálculos propios

II.4.2 EL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

El método utilizado para calcular el tamaño de la muestra fue el aleatorio simple. Este se caracteriza por seleccionar un número fijo de microempresas como unidades muestrales, de tal modo que todas ellas tengan la misma probabilidad de ser escogidas. En este caso particular, la fórmula[3] y el procedimiento seguido para el cálculo del tamaño de la muestra fue la siguiente, a saber:

$$n = \frac{\lambda^2 \propto NPQ}{e^2 \propto (N-1) + \lambda^2 \propto PQ}$$

Donde:

- n= Número de unidades muéstrales necesarias
- $\lambda^2 \propto$ = Nivel de Confianza
- N = Población o Tamaño del Universo
- P = Probabilidad que ocurra el suceso
- Q =(P-1) Probabilidad que no ocurra el suceso
- e = Error absoluto

Los valores aplicados como parámetros comunes de cálculo para los 5 municipios fueron de 50% como probabilidad de ocurrencia del suceso, 0.08 como error absoluto muestral y 95% de nivel de confiabilidad, equivalente en la tabla estadística a 1.96. Subsiguientemente, retomando para cada caso particular el universo estimado de microempresas por municipio (ver cuadro I.2) y sustituyéndolo en la fórmula, se llegó establecer respectivamente los siguientes

3. Ver Lázaro Apolaya, William, "Técnicas de Muestreo Estadístico", fotocopia de documento, sin fecha ni lugar de publicación, pp. 8

tamaños de muestras: 146 encuestas en Chalatenango; 143 en Ilobasco; 144 en Nueva Concepción; 143 en Sensuntepeque; y 148 en Zacatecoluca (ver cuadro 1.2). La sumatoria de estas cantidades nos dio un total de 724 encuestas.

CUADRO II.2 : CÁLCULO DE L TAMAÑO DE LA MUESTRA POR MUNICIPIO

MUNICIPIOS	TAMAÑO DE LA MUESTRA
• Chalatenango	149
• Ilobasco	143
• Nueva Concepción	144
• Sensuntepeque	141
• Zacatecoluca	147
T O T A L	721

FUENTE: Cálculos propios

II.4.3 LA DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Para efectos de lograrse una adecuada representatividad de las muestras a tomarse en cada uno de los cinco municipios, a modo de reflejar lo más aproximadamente posible la configuración productiva prevaleciente en el sector objeto de estudio, fue utilizada como base ponderativa las cifras relativas a la composición departamental de la microempresa por rama de actividad económica arrojadas por el VI Censo Económico de 1993, en virtud de no contarse con una publicación oficial a nivel de municipio conteniendo estadísticas más recientes con el grado de desglose requerido. Si bien se estaba consciente de no ser esta decisión la óptima desde el punto de vista técnico, al menos, para efectos prácticos, era preferible emplear esta distribución de vieja data como guía de acción investigativa, en vez de andar a tientas en la oscuridad de la ignorancia cuantitativa.

Así, por ejemplo, en concordancia con la estructura porcentual de los principales rubros productivos identificados en el sector de la microempresa del departamento de Chalatenango (ver cuadro I.3), se llegó a determinar que en el municipio de este mismo nombre, 105 del total de 146 encuestas calculadas como tamaño de la muestra deberían ser levantadas con personas dedicadas al ejercicio del comercio al por menor, al margen de la línea productos comercializados (ver cuadro I.3); 12 a personas cuyo negocio fuese atender restaurantes, cafés, chalets o comedores; 4 a personas ocupadas en la prestación de servicios de reparación y otras 4 a ocupadas en la prestación de servicios profesionales diversos, tales como bufetes de abogados, clínicas de médicos, oficina de ingenieros, etc. (ver cuadro I.3). Siguiendo este mismo procedimiento fue distribuida la muestra en los otros 4 municipios seleccionados, en función de cuáles eran en cada caso los renglones de actividad más significativos.

Siempre en estrecha relación a lo anterior, se decidió adoptar cuatro lineamientos de trabajo:

i. Levantar las encuestas directamente en el establecimiento donde opera o donde se halla localizado físicamente el negocio.

ii. Sólo encuestar a propietarios (as) o encargados de dirigir la unidad productiva, cuya edad fuese igual o mayor a los 18 años cumplidos.

iii. Procurar mantener un equilibrio numérico de hombres y mujeres encuestados, a fin de poder capturar, si los hubieren, los elementos distintivos de cada género sobre el objeto de estudio.

iv. En la medida de las posibilidades, el número de encuestas correspondientes a la categoría "otros" debería procurarse ser levantadas entre aquellos pequeños productores agropecuarios de la localidad dedicados ellos mismos a vender sus productos en plaza, sin la participación de ningún intermediario comercial.

CUADRO II.3 : DISTRIBUCION DE LA MUESTRA POR MUNICIPIO, SEGÚN LA ESTRUCTURA DEPARTAMENTAL PREVALECIENTE EN EL SECTOR DE LA MICROEMPRESA

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	MUNICIPIOS SELECCIONADOS									
	CHALATENANGO		ILOBASCO		NUEVA CONCEPCIÓN		SENSUNTEPEQUE		ZACATECOLUCA	
	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº
▪ PREPARACIÓN DE ALIMENTOS, EXCEPTO BEBIDAS	3.5	5	3.2	5	3.5	5	3.2	5	3.0	4
▪ FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO CALZADO			2.4	3			2.4	3		
▪ COMERCIO AL POR MENOR	72.2	105	72.0	103	72.2	104	72.0	103	64.5	95
▪ RESTAURANTES, CAFÉS Y OTROS, EXCEPTO BEBIDAS	8.4	12	8.2	12	8.4	12	8.2	12	10.5	16
▪ TRANSPORTE TERRESTRE									3.8	6
▪ SERVICIOS DE REPARACIÓN	2.9	4			2.9	4			3.3	5
▪ SERVICIOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS			2.4	3			2.4	3		
▪ SERVICIOS PROFESIONALES DIVERSOS	2.4	4			2.4	3				
▪ OTROS	10.6	16	11.8	17	10.6	16	11.8	17	14.9	22
TOTAL	100.0	146	100.0	143	100.0	144	100.0	143	100.0	148

FUENTE: Cálculos propios

II.4.4 DISEÑO DE LA BOLETA DE LA ENCUESTA Y DE LA BITÁCORA DE CAMPO

En esta etapa participó activa e integralmente, de principio a fin, el equipo de los jóvenes profesionales. Con ello no sólo se pretendía enseñarles la lógica y la técnica subyacente en dichas herramientas, sino también motivarlos como coautores a cargar con buena parte de la responsabilidad de la calidad de los resultados finales a ser arrojados por la investigación, buscándose de esta manera asegurar el cumplimiento de ambos objetivos propuestos para este proyecto.

El diseño de la boleta para recoger los datos en los establecimientos microempresariales consta de tres secciones: i) Datos Generales; ii) Aspectos de la Demanda de Microcrédito; y, iii) Aspectos de la Oferta de Microcrédito (ver anexo 1). En total se incluyeron 40 preguntas, de las cuales 39 eran cerradas y 1 abierta (ver anexo 1). Con esta composición por tipo de pregunta se procuraba limitar hasta donde se pudiese un exceso de preguntas abiertas, a fin de simplificar las tareas ulteriores de codificación y digitación de las boletas.

En la primera de las secciones de la boleta se registrarían dos tipos de datos. Por una parte, los correspondientes al encuestado, tales como edad, sexo, posición dentro del grupo familiar, capacidad de leer y escribir, etc. (ver anexo 1). Por otra, los datos pertinentes a la identificación de la unidad económica, tales como actividad económica predominante, dirección, etc. (ver anexo 1), así como también aquellos concernientes a la captura rápida de la

información de dos parámetros convencionales utilizados para distinguir el tamaño de la empresa, como son número de empleados y valor mensual de las ventas, gracias a los cuales se pudiera garantizar la ejecución del sondeo exploratorio en el grupo meta.

La sección sobre aspectos de la demanda de microcrédito pretende, esencialmente, perfilar territorialmente cuáles son las necesidades básicas de financiamiento de las microempresas y, a la par, sondear cuál es su disposición a contratar préstamos (ver anexo 1). Con ello, al final de cuentas, se persigue establecer cuáles deberían ser las características principales de los productos crediticios ofrecidos por alguna entidad para satisfacer las expectativas de los usuarios potenciales. Finalmente, en la sección de la boleta sobre aspectos de la oferta se procura recopilar datos concernientes a dos momentos en el tiempo del microfinanciamiento en el municipio. En el primero de ellos se intenta auscultar tanto el historial crediticio de las personas encuestadas, como las condiciones otorgadas de financiamiento en el pasado por los principales oferentes. El segundo busca medir si las unidades económicas incluidas en la muestra están haciendo uso en la actualidad el crédito y bajo qué condiciones, verificando a su vez en paralelo si hay una tendencia entre éstas al sobreendeudamiento. Además, se busca captar la opinión valorativa de los presentes usuarios sobre la calidad de los servicios de atención al cliente recibidos en el proceso de aprobación y desembolso de los préstamos vigentes.

Adicional y complementariamente al diseño de la boleta de la encuesta, se procedió a estructurar una bitácora de campo a ser utilizada diariamente por cada miembro del equipo encuestador. La idea era llevar un registro sistemático y consignar todos aquellos datos e información, fuese cuantitativa o cualitativa, surgida durante el proceso del llenado de la boleta, cuyo rasgo más destacado era el ser considerada muy importante para efectos de enriquecer el análisis del mercado, aunque expresamente no pudiera registrarse directamente en el formato del cuestionario (ver anexo II). El cuerpo de esta bitácora se dividió, por razones de orden y diferenciación, en dos apartados. El primero de ellos contendría las observaciones o comentarios valiosos hechos por los encuestados en torno al instrumento o al proceso de responder la encuesta, a la demanda de microcrédito o a la oferta de microcrédito en el municipio (ver anexo II). En el otro se escribirían el conjunto de notas, apuntes y valoraciones hechas por el encuestador sobre esos mismos temas señalados, producto de la observación directa y de la interpretación de los hechos en el terreno (ver anexo II).

El 17 de junio de 2004 se corrió la prueba piloto en el casco urbano del municipio de San Martín, departamento de San Salvador. Esta actividad tuvo una doble finalidad. Uno, detectar si el equipote encuestadores estaba debidamente capacitado en la administración y manejo de la boleta. Dos, comprobar si la redacción de las preguntas del cuestionario eran de fácil y rápida comprensión por parte de las personas encuestadas. Posteriormente se celebró una reunión con el equipo para hacer los respectivos afinamientos y ajustes a la herramienta.

II.4.5 PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO Y CAPTURA DE LA INFORMACIÓN

Durante esta etapa se estableció el orden y los días a ser dedicados a cada municipio para el levantamiento de la encuesta, determinándose a su vez los asuntos específicos de logística y coordinación para dicho proceso. El calendario original para el trabajo de campo quedó de la siguiente forma:

TABLA II.2: CALENDARIZACIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN EN CAMPO														
MUNICIPIO	JUNIO									JULIO				
	18	21	22	23	24	25	28	29	30	1	2	5	6	7
▪ Chalatenango										?	?	?	?	?
▪ Ilobasco	?	?	?											
▪ Nueva Concepción				?	?	?								
▪ Sensuntepeque							?	?	?					
▪ Zacatecoluca										?	?	?	?	?

FUENTE: Elaboración propia

Una observación. Para 3 de los municipio, salvo en los casos de Chalatenango y de Zacatecoluca, en donde el equipo, por razones institucionales, se dividiría en dos grupos para levantar la información de manera simultánea, lo cual implicaba de suyo la necesidad de programar un mayor número de días en plaza porque en promedio sería más grande la cantidad de boletas a ser levantadas por encuestador, se estimó razonable dedicar dos días de trabajo en campo, dejándose el tercer día programado a actividades en oficina para la elaboración de la bitácora colectiva.

De acuerdo a lo programación original, la etapa de captura de información en los diferentes municipios incluidos en el estudio, se extendió por espacio de 11 días hábiles de trabajo, comprendidos entre el 18 de junio y el 7 de julio de los corrientes. El equipo trabajó de manera conjunta en los municipios de Nueva Concepción, Ilobasco y Sensuntepeque, y de manera simultánea en Chalatenango y Zacatecoluca.

Teniendo en mente el objetivo de capacitación, se acordó nombrar rotativamente a uno de los jóvenes profesionales como encargado de coordinar las tareas del equipo, abriendo de este modo la oportunidad de organizar y liderar el levantamiento de la información. No obstante, de manera permanente fue supervisada la labor de los encuestadores en el terreno para garantizar la calidad de los datos recabados.

Para la selección específica de las microempresas en cada sitio, se asignaba a los encuestadores un cuadrante imaginario de las 4 direcciones cardinales, a modo de lograr la una cobertura espacial balanceada de la localidad. Para tal efecto, el punto de origen arbitrariamente escogido en cada ciudad o pueblo visitado fue el parque central, dada la invariable plantilla de distribución urbana española replicada invariablemente en todo el territorio nacional. En paralelo, el coordinador de campo llevaba a cabo reconocimientos de terreno para identificar, de visu, las zonas de mayor concentración de actividad económica. Esta información servía para retroalimentar a aquellos miembros del equipo en cuya zona geográfica no se hubiesen encontrado suficientes unidades productivas para completar su respectiva cuota de encuestas.

Una última acotación sobre el trabajo de campo. Con el afán de mantener un doble filtro de calidad en la recolección de datos, al final de cada entrevista el encuestador estaba obligado a revisar toda la boleta para comprobar si todas y cada una de las preguntas estaba completa y adecuadamente llenada. Al concluir la jornada de trabajo de campo, el coordinador de campo realizaba otra revisión aleatoria de las boletas completadas para garantizar la calidad de la información recolectada. También echaba un vistazo a las anotaciones hechas en las bitácoras individuales.

II.4.6 ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS DEL SONDEO EXPLORATORIO

Una vez se hubo completado la etapa anterior, el equipo se ocupó de diseñar los formatos de los cuadros de salida de la información recolectada. Estos, en síntesis, son el sustento estadístico incorporado en los 5 sucesivos capítulos del presente documento.

El análisis descriptivo de los principales hallazgos del sondeo exploratorio del mercado de microfinanciamiento en los 5 municipios seleccionados, tuvo como guía de orientación el plan tentativo de solución preparado a inicios del proyecto. El esquema adoptado para desarrollar el texto en sí fue el de cápsulas individuales de contenido, las cuales se ocupan de abordar el tratamiento particular de una variable o de una sola idea de la temática estudiada.

III SONDEO EXPLORATORIO DEL MUNICIPIO DE CHALATENANGO, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO

III.1 PERFIL DEL GRUPO ENCUESTADO

III.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

En Chalatenango fueron encuestadas 149 personas, siendo mujeres al menos 2 de cada 3 de ellas (ver cuadro II.1). La gran mayoría de ese grupo tenía cumplidos entre los 21 y los 65 años. Curiosamente, un elevado 93.96% manifestaron saber leer y escribir (ver cuadro II.1). Otro rasgo social relevante arrojado por el sondeo es el hecho de ocupar las mujeres la posición de jefas de hogar. Por último, la mayor frecuencia de encuestados reportaron de 1 a 3 dependientes (ver cuadro II.1).

CUADRO III.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

CONCEPTO	Nº	%
SEXO		
▪ HOMBRES	53	35.6
▪ MUJERES	96	64.4
TOTAL	149	100.0
GRUPOS DE EDAD		
▪ DE 18 A 20 AÑOS	5	3.4
▪ DE 21 A 40 AÑOS	96	64.4
▪ DE 41 A 65 AÑOS	43	28.9
▪ MAS DE 65 AÑOS	5	3.4
TOTAL	149	100.0
CAPACIDAD DE LEER Y ESCRIBIR		
▪ SÍ	140	94.0
▪ NO	9	6.0
TOTAL	149	100.00
POSICIÓN EN EL GRUPO FAMILIAR		
▪ JEFE DE HOGAR	115	77.2
▪ NO ES JEFE DE HOGAR	34	22.82
TOTAL	149	100.0
NUMERO DE DEPENDIENTES		
▪ NINGÚN DEPENDIENTE	12	8.1
▪ DE 1 A3 DEPENDIENTES	92	61.7
▪ DE 4 A 7 DEPENDIENTES	36	24.2
▪ 8 O MÁS DEPENDIENTES	9	6.0
TOTAL	149	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

III.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS

De conformidad a la distribución de la muestra explicada en el capítulo anterior, los dos grandes sectores de actividad económica microempresarial investigados fueron, en orden de prelación, el comercio al detalle, los servicios y la manufactura (ver cuadro II.2). En cuanto concierne al tamaño de las unidades productivas, la información general recopilada nos muestra un leve predominio del rango ocupacional de 2 a 5 trabajadores; el resto son cuenta-propia (ver cuadro II.2). A pesar de, o quizás como consecuencia directa del lento crecimiento experimentado tendencialmente por la economía formal del país, alrededor de 2 de cada 3 microempresarios reportaron tener 5 años o más de haber establecido su negocio (ver cuadro II.2), indicando una capacidad comprobada de supervivencia en el mercado. A su vez, una alta

proporción de ellos confirmaron no llevar ningún tipo de registro de ingresos o egresos de sus operaciones (ver cuadro II.2), sugiriendo prácticas gerenciales inherentes a la informalidad. El rango de ventas más común para por lo menos 2 de cada 5 de las unidades oscila entre los U.S. $ 100.00 y U.S. $ 500.00 mensuales (ver cuadro II.2); una proporción ligeramente inferior, 36.2%, reportaron entre los U.S. $ 500.00 y U.S. $ 2,500.00 mensuales (ver cuadro II.2). De acuerdo a esos valores, ambos grupos clasifican dentro del límite estipulado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa para ser considerada como una microunidad productiva.

CUADRO III.2: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS		
CONCEPTO	Nº	%
PRINCIPAL RAMA DE ACTIVIDAD		
▪ AGRÍCOLA	0	0
▪ PECUARIA	0	0
▪ MANUFACTURA	6	4
▪ ARTESANÍAS	0	0
▪ COMERCIO AL DETALLE	110	73.8
▪ SERVICIOS	32	21.5
▪ CONSTRUCCIÓN	1	0.7
▪ OTROS	0	0
TOTAL	149	100.0
CANTIDAD DE PERSONAS TRABAJANDO		
▪ CUENTA PROPIA	66	44.3
▪ DE 2 A 5	83	55.7
▪ DE 6 A 9	0	0
TOTAL	149	100.0
AÑOS DE ESTABLECIDO EL NEGOCIO		
▪ MENOS DE 1 AÑO	5	3.4
▪ DE 1 A 4 AÑOS	48	32.2
▪ MAS DE 5 AÑOS	96	64.4
TOTAL	149	100.0
UTILIZACIÓN DE REGISTROS DE OPERACIONES		
▪ SÍ	28	18.8
▪ NO	121	81.2
TOTAL	149	100.0
VALOR PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES (U.S $)		
▪ MENOS DE $ 100.0	11	7.4
▪ ENTRE $ 100.0 Y $ 500.0	66	44.3
▪ ENTRE $ 500.0 Y $ 2,500.0	54	36.2
▪ ENTRE $ 2,500.0 Y $ 5,000.0	14	9.4
▪ $ 5,000.0 o MAS	1	0.7
▪ NO HAY DATOS	3	2.0
TOTAL	149	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

III.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS

Según los datos capturados por la encuesta de Chalatenango, un poco más de la mitad de los microempresarios, 55 %, afirmaron contar con alguna experiencia crediticia en el pasado (ver cuadro II.3); el resto declaró no haber nunca contratado un crédito. En el grupo de quienes si la tienen en su haber, los montos contratados más mencionados fueron los rangos de U.S. $ 500.00 y $ 2,500.00 dólares, y en los U.S. $ 100.00 y $ 500.00 dólares (ver cuadro II.3), dando con ello, en buena medida, un idea cuantitativa muy aproximada no sólo de sus necesidades o requerimientos de financiamiento sino también de cuánto es su techo o

capacidad límite para pagar sus deudas, obviamente establecidas tomando como parámetro grueso un equivalente a un mes de ventas (ver cuadro II.2).

Intentando descubrir en el historial crediticio algunos datos a través de los cuales se pudiera conocer aspectos relacionados a la calidad de pago, se les preguntó a los microempresarios si habían refinanciado alguno de los préstamos contratados. Escasamente 7 de los 82 contestaron afirmativamente (ver cuadro II.3), distinguiéndose entre ellos dos razones básicas para haberlo hecho. Una, fue un premio al pago puntual de sus cuotas, refiriéndose al otorgamiento de préstamos recurrentes después del pago final del anterior contratado (ver cuadro II.3). Dos, la renegociación de la deuda. Finalmente, a juzgar por los datos obtenidos, 3 de cada 4 microempresarios con experiencia crediticia previa se podrían calificar como buenos clientes en tanto dicen haber cumplido con sus obligaciones adquiridas (ver cuadro II.3), previniendo de esta manera un mal record crediticio y a la vez evitar algún tipo de penalización que implique un costo adicional al crédito contratado. En el otro lado de la moneda, cerca del 20% admitió haber sufrido el recargo de intereses por pago atrasado o mora en sus cuotas (ver cuadro II.3)

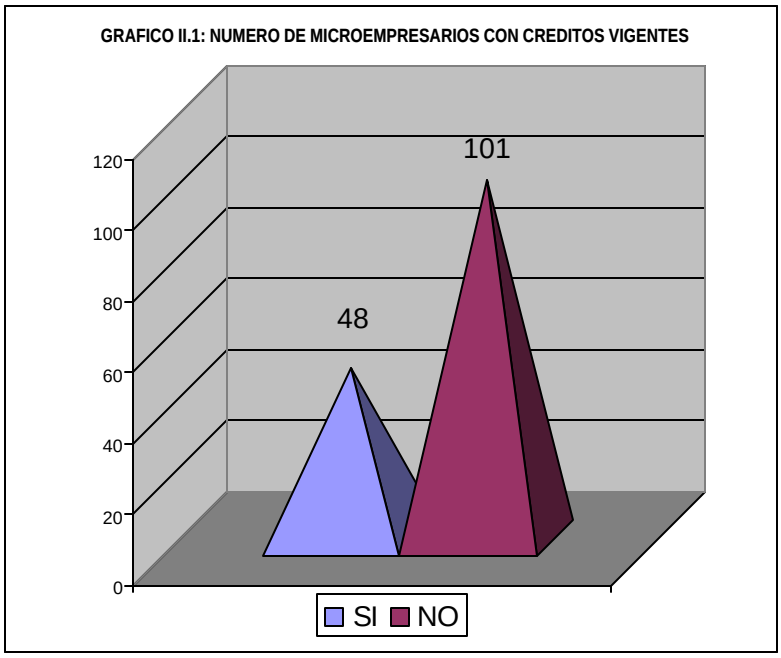
CUADRO III.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	**Nº**	**%**
EXPERIENCIA CREDITICIA EN EL PASADO		
▪ SI	82	55.0
▪ NO	67	44.9
TOTAL	149	100.0
ÚLTIMOS MONTOS CONTRATADOS EN EL PASADO		
▪ MENOS DE $ 100	4	4.9
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500	18	21.9
▪ ENTRE $500 Y $2,500	43	52.4
▪ ENTRE $2,500 Y $5,000	10	12.2
▪ $ 5,000 O MÁS	6	7.3
▪ NO SABE / NO RESPONDE	1	1.2
TOTAL	82	100.0
REFINANCIAMIENTO DE CRÉDITOS PASADOS		
▪ SÍ	7	8.5
▪ NO	75	91.5
TOTAL	82	100.0
RAZONES DE REFINANCIAMIENTO		
▪ FUERZA MAYOR (calamidad publica)	0	0
▪ CASO FORTUITO (accidente, robo, enfermedad)	0	0
▪ PREMIO DE PAGO PUNTUAL DE CUOTAS	3	42.9
▪ RENEGOCIACIÓN DE DEUDA	3	42.9
▪ OTROS	0	0
▪ NO SABE / NO RESPONDE	1	14.3
TOTAL	7	100.0
PENALIZACIONES RECIBIDAS POR RETRASO EN EL PAGO DE CUOTAS		
▪ RECARGO DE INTERESES POR MORA	16	19.5
▪ EMBARGO DE BIENES	0	0
▪ NEGACIÓN DE OTORGAMIENTO DE NUEVOS CRÉDITOS	0	0
▪ FIADOR OBLIGADO A PAGO DE SALDO INSOLUTO	1	1.2
▪ GRUPO SOLIDARIO PAGO SALDO INSOLUTO	0	0
▪ NO SABE / NO RESPONDE	5	6.1
▪ NO APLICA	60	73.2
TOTAL	82	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

III.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

III.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO

En términos relativos, apenas 48 empresarios de los 149 entrevistados, aproximadamente 1 de cada 3 (ver gráfico II.1), afirmaron estar pagando en el momento presente cuotas para amortizar un crédito contratado, señalándonos de ese modo cuánta de la demanda en el mercado se halla cubierta por la oferta. Este dato es ligeramente inferior al 39.2% reportado[4] por FOMIR II a marzo de 2004 como penetración de mercado para el municipio de Chalatenango, entendiéndose a este indicador como el ratio del número de clientes activos de microcrédito entre el número total de microempresas existentes en un determinado territorio. Ahora bien, vistas las cosas desde el ángulo contrario, aquellas estadísticas aludidas sencillamente vienen a ratificar una vez más el consabido relativo poco uso de fondos de apalancamiento en el sector informal de la economía y entre microempresarios de bajos ingresos, pues 2 de cada 3 unidades productivas encuestadas no tienen créditos vigentes (ver gráfico II.1).



Entre los 48 microempresarios con calidad de clientes activos del sistema financiero, se tienen contratados un total de 63 créditos vigentes (ver cuadro II.8), 92.1% de cuyos recursos han sido inyectados directamente a los negocios y el resto a financiar gastos de naturaleza familiar, como son adquisición o mejora de vivienda, pago de deudas, etc. (ver cuadro II.4). Por simple aritmética, ello nos arroja un promedio de 1.3 créditos por unidad productiva, lo cual de ningún modo evidencia, hoy por hoy, la presencia de un fenómeno de sobreendeudamiento de los usuarios.

4. Ver Proyecto FOMIR II-DAI, "Listado Comparativo de Clientes por Municipio. Datos de Créditos a Marzo 2004", documento sin editar, preparado por Rutilio García, Coordinador de Información Local

CUADRO III.4: CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES		
CONCEPTO	N°	%
DESTINO		
▪ NEGOCIO	58	92.1
▪ FAMILIAR	5	7.9
TOTAL	63	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

A su vez, en la encuesta se les preguntó a los microempresarios si estaban necesitando en la actualidad un nuevo crédito a fin de medir su disposición a contratarlo, asumiendo la viabilidad de las actividades financiadas, la posibilidad real del prestatario de hacerle frente a su obligación y la buena actitud del cliente potencial a reembolsar el préstamo. Esta vez el número absoluto de ellos se redujo a 43 personas, aunque la proporción de 1 por cada 3 se mantuvo constante (ver cuadro II.5). No es absurdo, por ende, suponer que esta es una demanda adicional, representando aquel número de microempresarios con créditos vigentes pero con la necesidad sentida de contratar un monto mayor. El período de tiempo proyectado por el 67% de ellos para llevar a cabo la transacción rondaría entre hacerlo de inmediato y un mes a lo sumo (ver cuadro II.5).

Por otra parte, se hizo el ejercicio de tratar de determinar cuáles eran los factores determinantes para contratar un microcrédito. En orden de prioridad, y de conformidad a los principios elementales enunciados por la teoría económica, fue votada la tasa de interés o costo del micro crédito por 1 de cada 4 de los encuestados (ver cuadro II.5). Con insignificantes disparidades, le siguen a ella los requisitos solicitados por entidad para aprobar el trámite del crédito, el período de aprobación o velocidad para satisfacer la necesidad del recurso financiero y, por último, es el plazo otorgado para su amortización, 19.5, 18.1 y 16.1%, respectivamente (ver cuadro II.5).

Entre el grupo claramente mayoritario de quienes no cuentan con un crédito vigente ni están interesados en hacer uso de él, una o más razones fueron esgrimidas por los encuestados para justificar su comportamiento. El 36.1% manifestó de manera inequívoca no necesitarlo (ver cuadro II.5). De buenas a primeras, ello responde esencialmente al hecho de estimar contarse con el suficiente capital de trabajo propio para financiar la operación, dando por sentado un cierto volumen fijo, inamovible, de ventas y facturación. En el fondo, esto también significa la ausencia de planes o proyectos de inversión para crecer, expandir la escala del negocio y diversificar la línea de productos o servicios ofrecidos, acaso consecuencia de una fatalista o de meridiana aceptación de competirse en un segmento de mercado bastante saturado, con estrechos límites reales para su expansión a corto plazo. Tampoco se descarta como hipótesis de trabajo el imperio de una racionalidad entre los propietarios de estas unidades productivas marcada por una inclinación exclusiva hacia la subsistencia, hacia la generación de ingresos para cubrir las necesidades inmediatas del consumo familiar, y no hacia la acumulación[5]

Entre otros aspectos sobresalientes detectados de la demanda, la segunda razón expresada en términos de importancia para rehusar la contratación de un préstamo es el desconocimiento de aquellos programas ofrecidos por las entidades financieras caracterizados por metodologías especializadas de crédito y evaluación de riesgos orientadas a soslayar las carencias de información documental financiera y de garantías de los solicitantes, 22.1% (ver cuadro II.5). Este hallazgo, sin lugar a dudas, apunta en la dirección de haber ciertos problemas en la orientación de la estrategia de difusión y promoción de este tipo de productos financieros

5. Ver AMPES, BMI, CRS, FOMMI, FUNDE, FUSADES/PROPEMI, GENESSIS, GTZ/ANEP, SRN/GTZ, MADE/UCA, Ministerio de Economía y USAID, "Libro Blanco de la Microempresa", 2ª edición, San Salvador, El Salvador, Centroamérica, octubre de 1997, pp. 7

dirigidos hacia este segmento de mercado. Al aplicar el porcentaje anterior al universo de microempresas del municipio, estaríamos hablando entonces de un segmento estimado de aproximadamente unas 1,000 unidades productivas del sector con las cuales pudieran haber oportunidades lucrativas para la colocación de recursos de microcrédito. Finalmente, entre quienes si estaban enterados o poseían cierto conocimiento de los programas de microcrédito existentes, encontraban demasiado altos los intereses cobrados por el financiamiento (ver cuadro II.5).

CUADRO III.5: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	Nº	%
NECESIDAD MANIFESTADA DE CONTRATAR UN MICROCRÉDITO EN LA ACTUALIDAD		
▪ SÍ	43	28.9
▪ NO	106	71.1
TOTAL	149	100.0
PERIODO PROYECTADO PARA SOLICITAR UN MICROCRÉDITO		
▪ DE INMEDIATO	13	30.2
▪ EL PRÓXIMO MES	16	37.2
▪ LOS PRÓXIMOS TRES MESES	9	20.9
▪ LOS PRÓXIMOS 6 MESES O MÁS	4	9.3
▪ OTROS	1	2.3
TOTAL	43	100.0
FACTORES ENUNCIADOS COMO DETERMINANTES PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ TASA DE INTERÉS	40	26.8
▪ PERIODO DE APROBACIÓN	27	18.1
▪ REQUISITOS SOLICITADOS	29	19.5
▪ PLAZO	24	16.1
▪ OTROS SERVICIOS PRESTADOS	5	3.3
▪ SERVICIO DEL OFICIAL DE CRÉDITO	6	4.0
▪ COMISIONES Y OTROS GASTOS	8	5.3
▪ CERCANÍA GEOGRÁFICA DE LA INSTITUCIÓN	4	2.7
▪ OTROS	6	4.0
TOTAL	149	100.0
RAZONES MANIFESTADAS PARA NO CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ NO NECESITA	62	36.1
▪ NO ES SUJETO DE CRÉDITO	6	3.5
▪ NUNCA LE OFRECIERON CRÉDITO	1	0.6
▪ NO LE GUSTA TENER DEUDAS	6	3.5
▪ NO CONOCEN PROGRAMAS DE CRÉDITO	38	22.1
▪ NO SABE SOLICITARLO	4	2.3
▪ INTERESES MUY ALTOS	28	16.3
▪ NO SABE / NO RESPONDE	2	1.2
▪ OTROS	25	14.5
TOTAL	172	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

III.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES

Uno de los focos de atención del sondeo exploratorio municipal en cuanto concierne a la demanda de aquellos microempresarios dispuestos a contratar un micro crédito, a quienes denominamos clientes o usuarios potenciales, consistía en identificar cuáles eran sus opciones preferenciales para hacerlo. A tal efecto se les interrogó, primero, por cuál fuente genérica de financiamiento disponible en el municipio se inclinaban, habiendo resultado señalados los bancos por más de la mitad de ellos, seguidos de la Caja de Crédito (ver cuadro II.6). Sin

embargo, a pesar de no haberse podido captar directamente en la boleta, a menudo fue expresada la opinión de estar más sujeta esta decisión de la tasa de interés cargada, de los plazos otorgados, de la frecuencia y lugar de pago de la cuotas, de las comisiones cobradas, de los requisitos exigidos para tramitar la solicitud, en fin, de las condiciones ofrecidas para la contratación, independientemente del tipo de institución involucrada.

En función de las opiniones recogidas sobre el conjunto de condiciones preferidas de contratación de un microcrédito, nuevamente vuelve a aparecer la tendencia predominante entre los usuarios potenciales, reseñada en las páginas previas, de decantarse más de la mitad de ellos por un monto de entre U.S $ 501.00 y $2,500 dólares (ver cuadro II.6). De igual manera, se repite el rango comprendido entre U.S $ 100.00 y $ 500.00 dólares como la segunda opción identificada (ver cuadro II.6). Como correlato del peso gravitacional ejercido por la actividad comercial al por menor en el cálculo de la muestra, cerca de U.S $ 0.60 de cada dólar otorgado serían destinados a la compra de mercadería (ver cuadro II.6). En varios casos, los encuestados nombraron uno o más destinos previstos, signo irrefutable de la fungibilidad del crédito.

CUADRO III.6: OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO

CONCEPTO	N°	%
FUENTES GENÉRICAS DE FINANCIAMIENTO		
▪ CAJA DE CRÉDITO	12	27.9
▪ BANCOS	24	55.8
▪ COOPERATIVAS	7	16.3
TOTAL	43	100.0
MONTOS		
▪ MENOS DE $ 100	3	7.0
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500	10	23.2
▪ ENTRE $501 Y $2,500	22	51.2
▪ ENTRE $2,500 Y $5,000	5	11.6
▪ $ 5,000 O MÁS	3	7.0
TOTAL	43	100.00
DESTINO POTENCIAL		
▪ COMPRA DE MERCADERÍA	33	58.9
▪ COMPRA DE MATERIA PRIMA	9	16.1
▪ COMPRA DE MAQUINARIA	4	7.1
▪ COMPRA DE HERRAMIENTAS	2	3.6
▪ COMPRA / MEJORA DEL LOCAL	6	10.7
▪ OTROS	2	3.6
TOTAL	56	100.00

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

Para ir cerrando este apartado dedicado a analizar las características de la demanda de microfinanciamiento en el municipio de Chalatenango, conviene traer a colación otro par de hallazgos relevantes. Uno, para el 60% de los microempresarios el periodo de pago más conveniente es el mensual (ver cuadro II.7), tal vez porque esta forma de amortización coincide muy probablemente con el flujo de caja de la mayoría de las unidades productivas; aproximadamente 1 de cada 6 le dan primacía al pago quincenal o semanal (ver cuadro II.7). Dos, la mitad de los clientes en ciernes (ver cuadro II.7) se muestran anuentes a ofrecer los equipos o los bienes de su negocio para amparar la solicitud de su crédito; otro 30.2% hallan en la figura del codeudor el tipo de garantía más expedito (ver cuadro II.7).

Tres, el lugar señalado como el más conveniente por aproximadamente 2 de cada 3 microempresarios para hacer efectivo el pago de su cuota son las oficinas de la institución prestamista. Al parecer, esto es así porque hay un muy común prejuicio latente de sufrirse

algún recargo extra por la gestión de cobro a domicilio o en el negocio. Además, la gestión de cobro por parte del oficial de crédito pudiera llegar a ocasionar algún trastorno o a entorpecer la atención a la clientela del negocio. A pesar de ello, más de la tercera parte de las respuestas prefirieron hacer su pago, por comodidad, en el mismo establecimiento donde aquél funciona (ver cuadro II.7). Cuatro, más de la tercera parte de los usuarios en potencia, casi por igual (ver cuadro II.7), prefieren opcionalmente como principales productos complementarios al otorgamiento del microcréditp, el ahorro obligatorio y el seguro de vida, seguramente porque el primero tiene la ventaja de crear un fondo para enfrentar gastos imprevistos o para formar un capital propio de trabajo, y el segundo porque les brinda tranquilidad de estar debidamente respaldado la cancelación del saldo insoluto si llegase a fallecer el prestatario, liberando de cualquier compromiso futuro a sus familiares por su culpa.

CUADRO III.7: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
FORMA DE PAGO MÁS CONVENIENTE PARA MICROEMPRESARIO		
▪ DIARIO	4	9.3
▪ SEMANAL	7	16.3
▪ QUINCENAL	6	13.9
▪ MENSUAL	26	60.1
TOTAL	43	100.0
TIPO DE GARANTÍA HA SER OFRECIDA PARA CONTRATAR UN MICROC RÉDITO		
▪ PRENDARIA	22	51.2
▪ SOLIDARIA	2	4.6
▪ HIPOTECARIA	6	13.9
▪ CODEUDOR	13	30.2
TOTAL	43	100.0
LUGAR MÁS CONVENIENTE PARA EFECTUAR EL PAGO DE LA CUOTA		
▪ EN EL DOMICILIO	3	7.0
▪ EN EL NEGOCIO	15	34.9
▪ EN LA INSTITUCIÓN	25	58.1
TOTAL	43	100.0
PREFERENCIA POR OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL OTORGAMIENTO DEL MICROCRÉDITO		
▪ SEGURO DE NO PAGO	1	2.3
▪ SEGURO DE VIDA	16	37.2
▪ AHORRO OBLIGATORIO	18	41.8
▪ TARJETA DE CRÉDITO	4	9.3
▪ SEGURO DE DESEMPLEO	0	0.0
▪ CAPACITACIÓN	3	7.0
▪ ASISTENCIA TÉCNICA	1	2.3
▪ TOTAL	43	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

III.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

III.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS

Conforme a los datos arrojados por la investigación efectuada, en el municipio de Chalatenango hay una amplia y diversificada gama de intermediarios financieros formales e informales, compuesta por 1 caja de crédito, varios prestamistas particulares, 7 bancos, 1 financiera, 1 Organismo No Gubernamental (ONG) y 1 cooperativa (ver cuadro 7), con quienes los encuestados afirmaron haber contratado un crédito en el pasado.

Viendo el panorama desde el ángulo de la cantidad de créditos concedidos con anterioridad, la categoría de bancos ha acaparado justamente la mitad del mercado (ver cuadro 8). No obstante, al examinar esa misma fotografía descomponiéndola por entidad individual, la perspectiva de las cosas experimenta un vuelco fundamental. Salvo el destacado posicionamiento y fuerte penetración lograda por la Caja de Crédito y por el Banco de Fomento Agropecuario entre los usuarios del sector, absorbiendo el 28.0 y el 17%, respectivamente (ver cuadro 8), el resto de integrantes de la oferta de servicios financieros en el municipio ocupan posiciones relativas de participación realmente minoritaria dentro de ésta.

CUADRO III.8: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO			
CONCEPTO		N°	%
▪ CAJA DE CRÉDITO		23	28.0
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR		5	6.1
▪ BANCOS	BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	14	17.0
	BANCO SALVADOREÑO	6	7.3
	BANCO AGRÍCOLA	6	7.3
	BANCO DE COMERCIO	2	2.4
	BANCO PROCREDIT	7	8.5
	BANCO DE LOS TRABAJADORES	3	3.6
	BANCOS COMUNALES	3	3.6
SUBTOTAL DE BANCOS		**41**	**50.0**
▪ FINANCIERAS	ACCOVI	3	3.6
▪ ONG'S	CAM	3	3.6
▪ COOPERATIVAS	ACACRESCO	2	2.4
▪ OTROS		5	6.1
TOTAL		**82**	**100.0**

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

III.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

En la boleta de la encuesta fueron incorporadas algunas preguntas dirigidas a recoger la opinión de los usuarios de microcrédito sobre diversas dimensiones de la calidad de los servicios ofrecidos por los intermediarios financieros en el municipio, como son la atención recibida del oficial de crédito, la cantidad de requisitos exigidos, el tiempo de aprobación y desembolso de los préstamos, la facilidad para hacer los trámites y las promociones lanzadas a los clientes. A continuación se presentan únicamente los resultados para quienes obtuvieron las mayores frecuencias acumuladas:

a) En cuanto concierne a la atención recibida por parte del oficial de créditos entre el 87 y el 100% de los encuestados la calificaron entre excelente y buena (ver cuadro II.9), lo cual indica a todas luces un elevado o completo grado de satisfacción del cliente con relación a cómo considera ser atendido.

b) En lo tocante a la cantidad de requisitos exigidos por las instituciones, al menos 3 de cada 4 microempresarios los consideran adecuados, calificándolos entre excelente y bueno (ver cuadro II.9). De igual manera, al observar la preponderancia de los valores porcentuales de las opiniones positivas sobre el tema del tiempo de aprobación y desembolso, nos empuja ineludiblemente a pensar sobre una la percepción generalizada entre los crédito habientes de estar recibiendo un servicio rápido en la aprobación de sus solicitudes porque la transacción demora lo menos posible (ver cuadro II.9)

CUADRO III.9: VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES													
CONCEPTO	ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO				CANTIDAD DE REQUISITOS					TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO			
	E	B	R	T	E	B	R	M	T	E	B	R	T
BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO													
N°	5	2	1	8	3	3	2		8	4	4		8
%	62,5	25,0	12,5	100,0	37,5	37,5	25,0	0,0	100,0	50,0	50,0	0,0	100,0
BANCO PROCREDIT													
N°	5	6		11	3	6	2		11	6	5		11
%	45,5	54,5	0,0	100,0	27,3	54,5	18,2	0,0	100,0	54,5	45,5	0,0	100,0
CAJA DE CRÉDITO													
N°	5	8	1	14	3	8	2	1	14	3	11		14
%	35,7	57,1	7,1	100,0	21,4	57,1	14,3	7,1	100,0	21,4	78,6	0,0	100,0

E = excelente; B = bueno; R = regular; M = malo; P = pésimo. Las evaluaciones que no aparezcan no obtuvieron ninguna calificación.
FUENTE: Encuesta FOMIR II-DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004, Chalatenango.

III.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR

La encuesta fue llevada a cabo en el municipio durante los días 18 y 19 de junio de los corrientes. Durante ese transcurso, el equipo encuestador pudo recoger el siguiente pliego de observaciones relevantes de campo en el contacto con los microempresarios (as) encuestados (as), a saber:

1. Se pudo constatar la presencia en plaza de un gran número de microempresarios (as) provenientes de fuera del municipio, principalmente de los aledaños o circundantes. Esta observación cobra pleno sentido en virtud de ser este municipio la cabecera política del departamento y el lugar donde se encuentra el núcleo poblacional urbano y suburbano más numeroso en las inmediaciones, lo cual, de suyo, crea condiciones favorables para convertirla a su vez en el espacio de mayor dinamismo comercial en la región. Por otro lado, se observó una notable proliferación de tales negocios durante la jornada matutina, siendo el giro más común de éstos la venta al detalle de ropa y vestuario.

2. Según lo manifestado por muchos microempresarios, en el municipio de Chalatenango la estacionalidad de la demanda juega un papel importante en materia de colocación de créditos. Las personas entrevistadas manifestaron estarían dispuestas a contratar uno solo en la estación seca del año o en la época navideña, en tanto durante la estación lluviosa las ventas se reducen sustancialmente.

3. Al parecer, el sector microempresarial visitado dedicado a la prestación de servicios profesionales no poseen interés alguno en adquirir un micro crédito porque poseen ahorros o capital de trabajo suficiente para financiar con recursos propios el funcionamiento de sus despachos, clínicas u oficinas.

4. Durante el levantamiento del sondeo fue bastante evidente la perentoria necesidad de darles a los prestatarios una mejor y mayor explicación de "la letra menuda" de los principales aspectos de los contrato de microcrédito, en especial de aquellas cláusulas relativas a las responsabilidad y deberes en el pago de las cuotas. Asimismo, con frecuencia el equipo en el terreno se topó con que los empresarios desconocían los programas de crédito destinados al sector de la microempresa.

III.5 CONCLUSIONES

Del cuerpo de análisis descriptivo realizado a lo largo de las páginas previas, se pueden extraer las siguientes grandes conclusiones:

a) Según se llegó a determinar, en el municipio de Chalatenango, el 55% de la población encuestada posee en su haber alguna experiencia crediticia. Los montos contratados más a menudo mencionados en orden descendente caían en los rangos de U.S $ 500.00 y $ 2,500.00 dólares, y en los U.S $ 100.00 y $ 500.00 dólares, dando con ello, en buena medida, un idea cuantitativa muy aproximada no sólo de sus necesidades o requerimientos de financiamiento sino también de cuánto es su techo o capacidad límite para pagar sus deudas. Además, en una proporción de más 3 por cada 4 de ellos podrían calificar como buenos clientes en tanto dicen haber cumplido puntualmente con sus obligaciones adquiridas, previniendo de esta manera un mal record crediticio y a la vez evitar algún tipo de penalización que implique un costo adicional al crédito contratado; el resto admitió haber sufrido el recargo de intereses por pago atrasado o mora en sus cuotas

b) Apenas 48 empresarios de los 149 entrevistados, aproximadamente 1 de cada 3, afirmaron estar pagando en el momento presente cuotas para amortizar un crédito contratado, señalándonos de ese modo cuánta de la demanda en el mercado se halla cubierta por la oferta. Hay contratados un total de 63 créditos, habiendo casi todos ellos sido inyectados directamente a los negocios y una minoría destinados a financiar gastos de naturaleza familiar, Ello nos da un promedio de 1.3 créditos por unidad productiva, lo cual de ningún modo evidencia, hoy por hoy, la presencia de un fenómeno de sobreendeudamiento de los usuarios. Ahora bien, 43 de ellos constituyen el segmento de demanda adicional, el número de microempresarios con créditos vigentes pero con la necesidad sentida de contratar un monto mayor. El período de tiempo proyectado por el 67% de ellos para llevar a cabo la transacción rondaría entre hacerlo de inmediato y un mes a lo sumo.

c) El principal determinante señalado por 1 de cada 4 del total de encuestados para contratar un microcrédito, fue la tasa de interés o costo del micro crédito. Con insignificantes disparidades, le siguen a ella los requisitos solicitados por entidad para aprobar el trámite del crédito, el período de aprobación o velocidad para satisfacer la necesidad del recurso financiero y, por último, es el plazo otorgado para su amortización, 19.5, 18.1 y 16.1%, respectivamente.

d) Entre el grupo claramente mayoritario de quienes no cuentan con un crédito vigente ni están interesados en hacer uso de él, el 36.1% manifestó de manera inequívoca como razón justificante el simple hecho de no necesitarlo porque estiman contar con el suficiente capital de trabajo propio para financiar la operación, dando por sentado un cierto volumen fijo, inamovible, de ventas y facturación. La segunda razón expresada en importancia por el 22.1% para rehusar la contratación de un préstamo es el desconocimiento de aquellos programas ofrecidos por las entidades financieras. Al aplicar el porcentaje anterior al universo de microempresas del municipio, estaríamos hablando entonces de un segmento estimado de aproximadamente unas 1,000 unidades productivas del sector con las cuales pudieran haber oportunidades lucrativas para la colocación de recursos de microcrédito. Finalmente, entre quienes si estaban enterados de los programas de microcrédito, adujeron encontrar demasiado altos los intereses cobrados por el financiamiento.

e) Uno de los focos de atención del sondeo exploratorio municipal consistía en identificar cuáles eran sus opciones preferenciales de la demanda potencial para contratar un préstamo. A tal efecto se les interrogó, primero, por cuál fuente genérica de financiamiento disponible en el municipio se inclinaban, habiendo resultado señalados los bancos por más de la mitad de ellos, seguidos de la Caja de Crédito. Sin embargo, a pesar de no haberse podido captar directamente en la boleta, a menudo fue expresado estar más sujeta esta decisión de la tasa de interés cargada, de los plazos otorgados, de la frecuencia

y lugar de pago de la cuotas, de las comisiones cobradas, de los requisitos exigidos para tramitar la solicitud, en fin, de las condiciones ofrecidas para la contratación, independientemente del tipo de institución involucrada. En función de las opiniones recogidas sobre el conjunto de condiciones preferidas de contratación de un microcrédito, nuevamente vuelve a aparecer la tendencia predominante entre los usuarios potenciales de decantarse más de la mitad de ellos por un monto de entre U.S $ 501.00 y $2,500 dólares. De igual manera, se repite el rango comprendido entre U.S $ 100.00 y $ 500.00 dólares como la segunda opción identificada. Como correlato del peso gravitacional ejercido por la actividad comercial al por menor en el cálculo de la muestra, cerca de U.S $ 0.60 de cada dólar otorgado serían destinados a la compra de mercadería. En varios casos, los encuestados nombraron uno o más destinos previstos, signo irrefutable de la fungibilidad del crédito.

f) En principio, existe una amplia y diversificada gama de oferentes formales e informales de microcrédito en el municipio. Desde la perspectiva de la cantidad de créditos concedidos destaca la predominante penetración de mercado e indiscutible liderazgo logrado por la Caja de Crédito y por el Banco de Fomento Agropecuario entre los usuarios del sector. Quiérase o no, este fuerte posicionamiento podría estar hablando comparativamente, por cierto, acerca de la eficaz estrategia de mercadeo trazada por ambas instituciones y del eficiente empleo de metodologías especializadas de crédito y evaluación de riesgos orientadas a soslayar las carencias de información documental financiera y de garantías de los solicitantes.

g) En general, la valoración hecha por los microempresarios sobre la calidad de los servicios brindados por los intermediarios financieros en cuanto se refiere al trato recibida del oficial de crédito, a los requisitos exigidos en los trámites, a la velocidad y aprobación de las solicitudes, se reparte mayoritariamente en las categorías de buena y excelente, Esto denota una fuerte concordancia de lo recibido con esperado por los clientes.

IV SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE ILOBASCO, DEPARTAMENTO DE CABAÑAS

IV.1 PERFIL DE LOS GRUPOS ENCUESTADOS

IV.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

Conocer el perfil del grupo de microempresarios del municipio de Ilobasco contribuirá para que las instituciones que prestan el servicio de microcréditos puedan diseñar y ofrecer un producto que se apegue a los gustos y exigencias de este sector económico que cada día se vuelve mas importante en el ámbito empresarial del país; por tal razón, se presentan a continuación los cuadros que muestran los resultados obtenidos de la investigación que busca entre otras cosas determinar las cualidades con que cuentan estas personas.

De acuerdo con la información presentada en el cuadro III.1, que muestra la información obtenida mediante la encuesta realizada en el municipio de Ilobasco por parte del Programa de Fortalecimiento a las Micro Finanzas Rurales (FOMIR II DAI), las mujeres tienen una alta participación en la actividad económica y empresarial, representando el 55.63% del total de microempresarios encuestados demostrando que siguen siendo estas las que dominan este sector económico.

Los microempresarios de esta zona en su gran mayoría se encuentran entre las edades de 21 a 65 años (90.84%), edades en las cuales tanto hombres como mujeres son considerados productivos; además se debe recordar que este sector está compuesto en su mayoría por mujeres; constituyendo la mayor parte del mercado potencial de los servicios microcrediticios, el cual en gran parte trabajan por cuenta propia y con una filosofía de subsistencia. [6]

Además se pudo constatar que 82 de 142 de los casos, que representan un 57.75% de los microempresarios, manifestaron contar con solamente tres dependientes lo que indica que en promedio la carga económica de estas personas es relativamente pequeña.

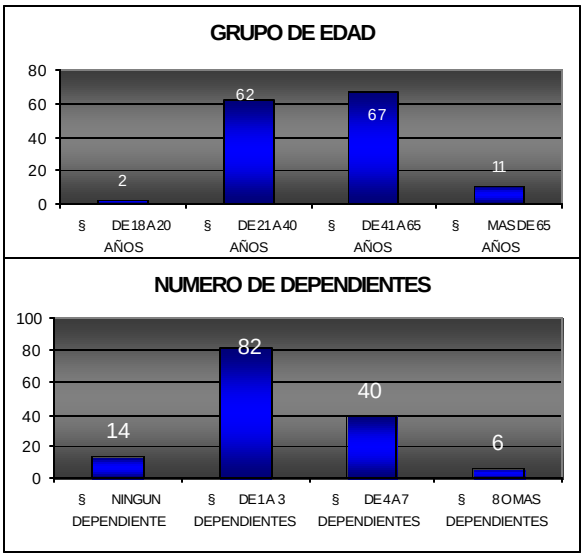
El 88.73% de los encuestados tienen la capacidad de leer y escribir, indicando que el grado de analfabetismo de este sector es bajo [7] frente al porcentaje de 21% de analfabetismo que se establece como promedio nacional en el Libro Blanco de la Microempresa.

Las personas encuestadas mencionaron que son las encargadas de sus respectivos hogares en un 80.99%; lo que demuestra que estas microempresas no pueden dejar de operar porque de lo contrario estaría en peligro la subsistencia de estas personas y sus familias.

6. De acuerdo con la clasificación de las microempresas presentada en el material de capacitación para jóvenes profesionales denominado las microempresas y las microfinanzas, San Salvador Junio de 2004
7. ver pagina # 14 del Libro Blanco de La Microempresa.

CUADRO IV.1. INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	Nº	%
SEXO		
▪ HOMBRES	63	44.37
▪ MUJERES	79	55.63
T O T A L	142	100.00
GRUPOS DE EDAD		
▪ DE 18 A 20 AÑOS	2	1.41
▪ DE 21 A 40 AÑOS	62	43.66
▪ DE 41 A 65 AÑOS	67	47.18
▪ MAS DE 65 AÑOS	11	7.75
T O T A L	142	100.00
CAPACIDAD DE LEER Y ESCRIBIR		
▪ SI	126	88.73
▪ NO	16	11.27
T O T A L	142	100.00
POSICIÓN EN EL GRUPO FAMILIAR		
▪ JEFE DE HOGAR	115	80.99
▪ NO JEFE DE HOGAR	27	19.01
T O T A L	142	100.00

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004



IV.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS

Mediante la observación en campo, se pudo determinar que, en la ciudad de Ilobasco, las microempresas constituyen la mayor parte de la actividad económica y productiva del municipio, concentrándose en su mayoría en el área urbana, principalmente en los alrededores del mercado municipal. Tomando en consideración todo esto, y mediante la información obtenida en la encuesta, se presenta el cuadro III.2, que muestra mas detalles y características de las personas encuestadas y su unidad productiva.

Se puede observar en el cuadro III.2 que las principales actividades económicas en Ilobasco son el comercio al detalle, con un 67.13% de los casos, predominando dentro de este sector la venta de artículos de consumo y de primera necesidad como ropa, calzado, verduras, etc.; y en segundo lugar, con un 19.58%, las microempresas dedicadas a la prestación de servicios profesionales diversos.

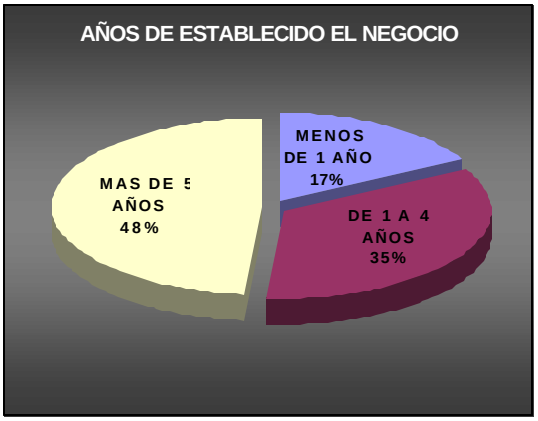
Los microempresarios en su mayoría manifestaron emplear de 2 a 5 personas en la unidad económica; aunque en algunos de los casos estas personas son parte del grupo familiar y en otros son empleados remunerados.

También las personas encuestadas mencionaron que el tiempo de funcionamiento de su negocio es mayor de un año en 118 de 142 casos, quedando de manifiesto la estabilidad de gran parte de este sector productivo, pero a pesar de ello la gran mayoría no cuenta con algún tipo de registro contable (65.49%) que muestre sus ingresos o egresos sus perdidas o ganancias.

Finalmente, se observa una fuerte concentración de empresas con ingresos mensuales promedio de entre $100 y $2,500, representando más de tres cuartas partes del universo muestral. Así, de acuerdo a esos valores, este grupo clasifica dentro del límite estipulado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa para ser considerada como una microunidad productiva.

CUADRO IV.2. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS		
CONCEPTO	Nº	%
PRINCIPAL RAMA DE ACTIVIDAD		
▪ AGRÍCOLA	0	0.00
▪ PECUARIA	0	0.00
▪ MANUFACTURA	15	10.49
▪ ARTESANÍAS	4	2.80
▪ COMERCIO AL DETALLE	96	67.13
▪ SERVICIOS	28	19.58
▪ CONSTRUCCIÓN	0	0.00
▪ OTROS	0	0.00
T O T A L	143	100.00
CANTIDAD DE PERSONAS TRABAJANDO		
▪ CUENTA PROPIA	49	34.51
▪ DE 2 A 5	85	59.86
▪ DE 6 A 9	8	5.63
T O T A L	142	100.00
UTILIZACIÓN DE REGISTROS DE OPERACIONES		
▪ SI	49	34.51
▪ NO	93	65.49
T O T A L	142	100.00
VALOR PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES (U.S. $)		
▪ MENOS DE $ 100.0	26	18.3
▪ ENTRE $ 100.0 Y $ 500.0	59	41.5
▪ ENTRE $ 500.0 Y $ 2,500.0	39	27.5
▪ ENTRE $ 2,500.0 Y $ 5,000.0	15	10.6
▪ $ 5,000.0 o MAS	3	2.1
▪ NO HAY DATOS	0	0
T O T A L	142	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004



IV.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS

Conocer si los empresarios de la ciudad de Ilobasco cuentan con experiencia crediticia, los montos que estos manejaron en el pasado, si en algún momento fueron refinanciados, las razones del refinanciamiento y las penalizaciones de las que han sido objeto; es de mucho valor para las instituciones financieras ya que con esta información se pueden crear una idea del tipo de personas con las que tendrían que trabajar. Por tal razón se presentan los resultados y el análisis de la información obtenida mediante la encuesta y que tenía relación con estos puntos importantes.

Se puede decir que los microempresarios de la zona urbana del municipio de Ilobasco cuentan con experiencia crediticia, ya que han manejado al menos un microcrédito en el pasado (61.97% de los casos).

Los montos contratados en el pasado se encuentran en el intervalo de $500.00 a $5000.00 en un 53.33% de los casos, los cuales parece ser que han sido otorgados con relación a su capacidad de pago; de acuerdo a comentarios de las personas encuestadas; además, este intervalo indica que este sector requirió de montos relativamente grandes para poder operar.

Las personas encuestadas manifestaron en su gran mayoría (124 de los entrevistados) que no se han visto en la necesidad de solicitar un refinanciamiento para contrarrestar algún inconveniente en el pago de sus cuotas o por otras razones.

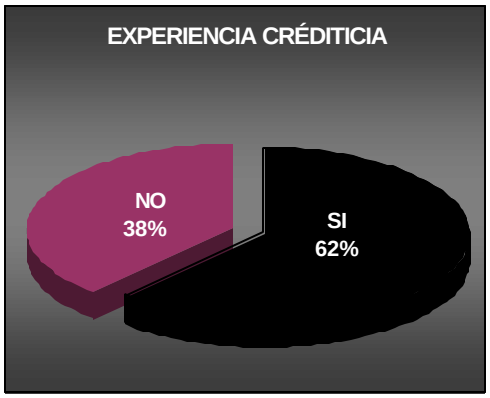
Una proporción mínima de los empresarios (18) mencionaron que sí habían sido refinanciados; de estas personas, a 10 se les otorgó como premio por pago puntual de sus

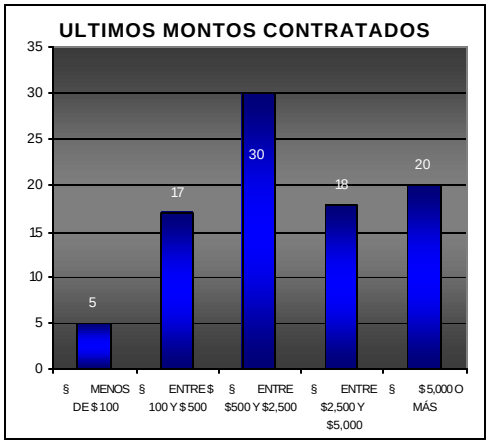
cuotas, representando un 55.56%; por renegociación de deuda solamente fueron refinanciados el 33.33%, lo cual indica que los microempresarios están siendo responsables en el manejo de sus créditos.

También 15 personas manifestaron que en algún momento recibieron algún tipo de recargo por pago atrasado, aunque justifican la causa. Por otro lado, cuatro de las 142 encuestados manifestaron que se les ha negado algún microcrédito o han obligado a al codeudor a pagar, y el resto de microempresarios mencionaron que siempre han cancelado a tiempo sus cuotas. Por tal razón, al 77.27% no se les ha aplicado en algún momento cualquier tipo de penalización por el mal manejo de sus créditos.

CUADRO IV.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	Nº	%
REFINANCIAMIENTO DE CRÉDITOS PASADOS		
▪ SI	18	12.68
▪ NO	124	87.32
TOTAL	142	100.00
RAZONES DE REFINANCIAMIENTO		
▪ FUERZA MAYOR (calamidad publica)	1	5.56
▪ CASO FORTUITO (accidente , robo, enfermedad)	1	5.56
▪ PREMIO DE PAGO PUNTUAL DE CUOTAS	10	55.56
▪ RENEGOCIACIÓN DE DEUDA	6	33.33
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	18	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	124	87.32
TOTAL	142	
PENALIZACIONES RECIBIDAS POR RETRASO EN EL PAGO DE CUOTAS		
▪ RECARGO DE INTERESES POR MORA	15	17.05
▪ EMBARGO DE BIENES	1	1.14
▪ NEGACIÓN DE OTORGAMIENTO DE NUEVOS CRÉDITOS	3	3.41
▪ FIADOR OBLIGADO A PAGO DE SALDO INSOLUTO	1	1.14
▪ NO SABE / NO RESPONDE	0	0.00
▪ NO APLICA	68	77.27
▪ Subtotal	88	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	55	38.46
TOTAL	143	

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004





IV.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

IV.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO

Existe un buen porcentaje de los microempresarios del municipio que no cuentan en la actualidad con un micro crédito en un 66.90%, lo que indica que pueden tener capacidad de endeudamiento.

Una buena cantidad (88 de 142 que representan el 61.97%) manifestó no tener interés de contratar un microcrédito en esta época porque no lo necesitaban (36.13%) o por diferentes causas, como por ejemplo: tienen suficiente capital para trabajar sin apalancamiento, cuentan con el apoyo familiar dentro del país o en el extranjero y en muchos casos sus proveedores les proporcionan la mercadería, algunas de estas personas, en especial las que se dedican al

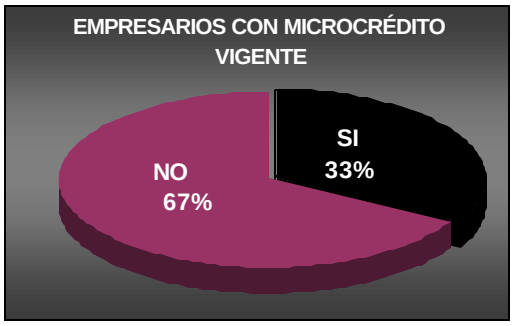
comercio al detalle, manifestaron que las ventas estaban malas y por esta razón tenían el tenor de entrar en mora, pero en la temporada de fin de año si les interesaría un crédito.

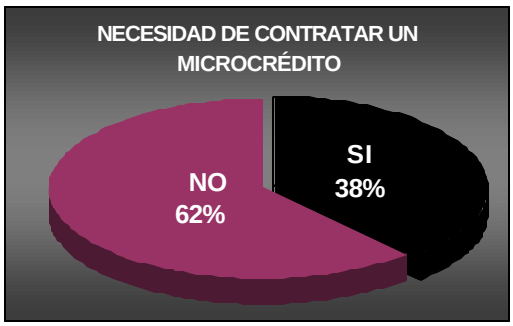
Otra proporción no conoce programas de crédito o considera que las tasas de interés son muy altas, en un 25.21% y 15.27% respectivamente, siendo estas razones las que los empresarios perciben como las principales causas por las cuales no les interesa un microcrédito.

A pesar que en su mayoría los microempresarios no tienen interés en contratar un micro crédito en la actualidad, existe un 38.03% a los que sí les interesa, pero estos consideran como factores determinantes para tomar la decisión de contratar un crédito la tasa de interés, los requisitos solicitados, el plazo y el período de aprobación, con un 31.58%, 18.42%, 16.67% y 15.79% respectivamente.

CUADRO IV.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	Nº	%
FACTORES ENUNCIADOS COMO DETERMINANTES PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ TASA DE INTERÉS	36	31.58
▪ PERIODO DE APROBACIÓN	18	15.79
▪ REQUISITOS SOLICITADOS	21	18.42
▪ PLAZO	19	16.67
▪ OTROS SERVICIOS PRESTADOS	2	1.75
▪ SERVICIO DEL OFICIAL DE CRÉDITO	5	4.39
▪ COMISIONES Y OTROS GASTOS	3	2.63
▪ CERCANÍA GEOGRÁFICA DE LA INSTITUCIÓN	9	7.89
▪ OTROS	1	0.88
▪ Subtotal	114	100.00
▪ NO SABE/ NO RESPONDE	90	44.12
TOTAL	204	
RAZONES MANIFESTADAS PARA NO CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ NO NECESITA	43	36.13
▪ NO ES SUJETO DE CRÉDITO	6	5.04
▪ NUNCA LE OFRECIERON CRÉDITO	3	2.52
▪ NO LE GUSTA TENER DEUDAS	4	3.36
▪ NO CONOCEN PROGRAMAS DE CRÉDITO	30	25.21
▪ NO SABE SOLICITARLO	3	2.52
▪ INTERESES MUY ALTOS	19	15.97
▪ NO SABE / NO RESPONDE	2	1.68
▪ OTROS	9	7.56
▪ Subtotal	119	100.00
▪ NO ESPECIFICO	57	32.39
TOTAL	176	

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004





IV.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES

Con los datos del cuadro III.5 se puede corroborar que una buena parte de los microempresarios que manifestaron tener la necesidad de solicitar un microcrédito, los cuales representan el 38.03%, proyectan contratarlo de inmediato o en la próxima semana (52.73%), quedando de manifiesto la urgencia que este sector tiene de financiamiento para poder invertir en su unidad productiva.

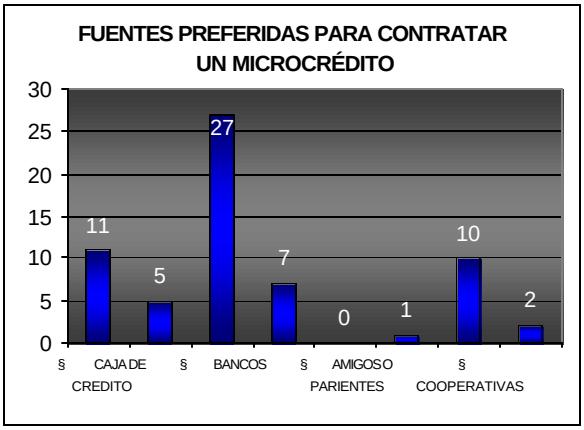
Las personas encuestadas mencionaron que las instituciones con las que les gustaría contratar el microcrédito o que al menos conocen son los bancos del sistema financiero (42.86%), la caja de crédito (17.46%), cooperativas (15.87%) y ACCOVI de R.L. (11.11%). De estas, se puede

decir que gozan ya de un fuerte posicionamiento, aunque los microempresarios manifestaron que contratarían el crédito con la institución que les brindara la mejor alternativa y que cumpliera con sus expectativas, ofreciéndoles tasas de intereses bajas, períodos cortos de aprobación y requisitos que puedan cumplir; todo esto indica la falta de lealtad por parte de los empresarios hacia una institución en especifico. Además, estos solicitan que se les tome en cuenta su negocio como garantía.

CUADRO IV.5: DESTINOS Y CONDICIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO

CONCEPTO	N°	%
NECESIDAD MANIFESTADA DE CONTRATAR UN MICROCRÉDITO EN LA ACTUALIDAD		
▪ SI	54	38.03
▪ NO	88	61.97
T O T A L	**142**	**100.00**
PERIODO PROYECTADO PARA SOLICITAR UN MICROCRÉDITO		
▪ DE INMEDIATO	16	30.19
▪ LA PRÓXIMA SEMANA	12	22.64
▪ LA PRÓXIMA QUINCENA	4	7.55
▪ EL PRÓXIMO MES	8	15.09
▪ LOS PRÓXIMOS TRES MESES	8	15.09
▪ LOS PRÓXIMOS 6 MESES O MÁS	5	9.43
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	53	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	89	62.68
TOTAL	**142**	

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004



Conocer todas aquellas condiciones que los microempresarios prefieren y esperan obtener por parte de las instituciones financieras es el propósito de la información que se presenta en el cuadro III.6. De acuerdo ala información presentada en dicho cuadro, los microempresarios en su gran mayoría requieren para poder operar en sus actividades productivas montos entre $100 y $5,000 en un 56.36%; mencionando además que este dinero sería únicamente utilizado para invertir en la unidad productiva y en diferentes rubros, como por ejemplo: compra de mercadería o materia prima (63.64%).

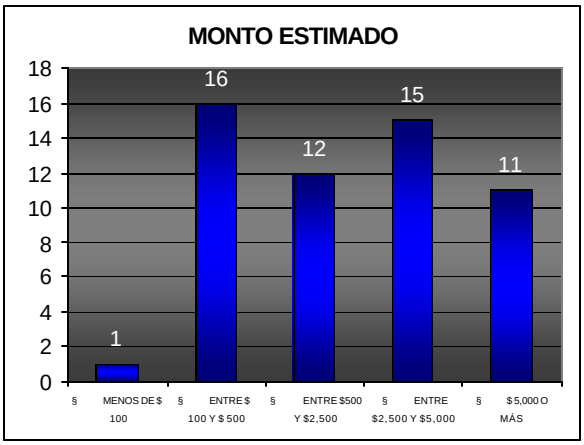
Un buena cantidad de los microempresarios, que representan el 62.50%, manifestaron la preferencia por hacer efectivo su pago mensual y el resto de opiniones están distribuidas en otros períodos tales como diario, semanal y quincenal, mencionando además que el tipo de garantía que ellos pueden ofrecer a las instituciones microfinancieras sería del tipo prendaria y/o codeudor con el 73.69%, e hipotecaria con un 26.32%, manifestando también que les gustaría que evaluaran e incluyeran su negocio como garantía.

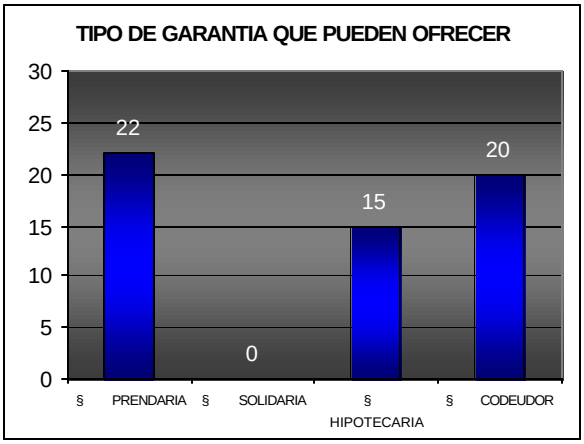
Algunas personas consideran que para ellos sería mas conveniente realizar el pago de sus cuotas en el lugar donde se ubica la unidad productiva debido a que esto contribuiría a evitar retrasos en sus pagos (40.74%) y el ahorro de tiempo y dinero, mientras que otras personas consideran que es mas factible ir a la institución financiera porque así ellos llevan un mejor control de sus cuotas canceladas y de esta forma evitan que les lleguen a cobrar en momentos no muy oportunos (48.15%).

La mayoría de las personas comentaron que de entre los productos complementarios al microcrédito, ellos preferirían tomar un ahorro obligatorio y un seguro de vida en un 72.34% de los casos; mostrando mucha indiferencia hacia los demás servicios que se les pueden ofrecer.

CUADRO IV.6: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
DESTINO POTENCIAL DEL MICROCRÉDITO		
▪ COMPRA DE MERCADERÍA	31	40.26
▪ COMPRA DE MATERIA PRIMA	18	23.38
▪ COMPRA DE MAQUINARIA	7	9.09
▪ PAGO DE DEUDA	3	3.90
▪ COMPRA DE HERRAMIENTAS	5	6.49
▪ GASTOS FAMILIARES	0	0.00
▪ COMPRA / MEJORA DE VIVIENDA	2	2.60
▪ COMPRA / MEJORA DEL LOCAL	10	12.99
▪ OTROS	1	1.30
TOTAL	**77**	**100.00**
FORMA DE PAGO MÁS CONVENIENTE PARA MICROEMPRESARIO		
▪ DIARIO	5	8.93
▪ SEMANAL	10	17.86
▪ QUINCENAL	6	10.71
▪ MENSUAL	35	62.50
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	56	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	88	61.11
TOTAL	**144**	
LUGAR MAS CONVENIENTE PARA EFECTUAR EL PAGO DE LA CUOTA		
▪ EN EL DOMICILIO	6	11.11
▪ EN EL NEGOCIO	22	40.74
▪ EN LA INSTITUCIÓN	26	48.15
▪ OTROS		0.00
TOTAL	**54**	**100.00**
PREFERENCIA POR OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL OTORGAMIENTO DEL MICROCRÉDITO		
▪ SEGURO DE NO PAGO	1	2.13
▪ SEGURO DE VIDA	16	34.04
▪ AHORRO OBLIGATORIO	18	38.30
▪ TARJETA DE CRÉDITO	5	10.64
▪ CAPACITACIÓN	4	8.51
▪ ASISTENCIA TÉCNICA	3	6.38
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	47	100.00
▪ NO CLASIFICADAS	114	70.81
TOTAL	**161**	

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004





IV.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

IV.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS

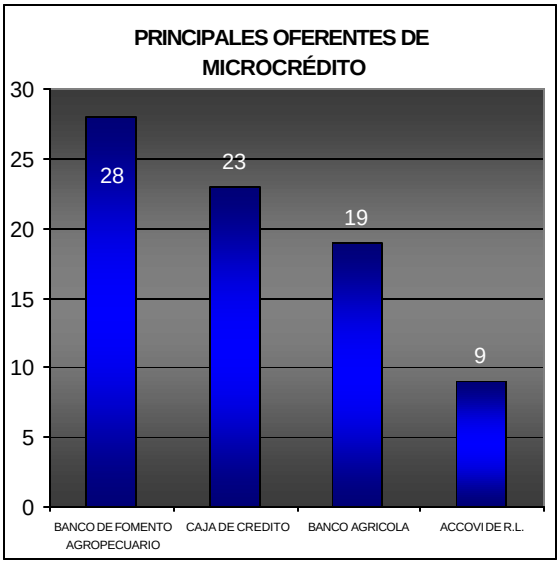
Poder identificar las instituciones que son las oferentes de los servicios de microcrédito en el municipio contribuirá para hacerse una idea de las condiciones imperantes del mercado microfinanciero del municipio. Por lo cual se presentan a continuación los principales hallazgos obtenidos de la encuesta.

En el municipio, se pueden identificar cuatro instituciones que son los principales actores en el otorgamiento de microcréditos y de las cuales se puede decir que gozan ya de un posicionamiento en el mercado microfinanciero, siendo estas instituciones: Banco de Fomento Agropecuario, la Caja de Crédito, El Banco Agrícola y ACCOVI de R.L. con un 25.93%,21.30%, 17.59%, 8.33% respectivamente, aunque esto no significa que las demás instituciones no formen parte importante de la oferta microcrediticia en el municipio, ya que si bien por separado no son muy representativas, abarcan el 26.85% de los oferentes, a lo cual se le debe de dar la debida atención.

CUADRO IV.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO

CONCEPTO		N°	%
▪ PROVEEDORES		7	6.48
▪ CAJA DE CRÉDITO		23	21.30
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR		1	0.93
▪ BANCOS	BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	28	25.93
	BANCO SALVADOREÑO	6	5.56
	BANCO AGRÍCOLA	19	17.59
	BANCO DE COMERCIO	2	1.85
	BANCO CUSCATLÁN	1	0.93
	BANCO PROCREDIT	3	2.78
▪ FINANCIERAS	ACCOVI	9	8.33
▪ AMIGOS O PARIENTES		3	2.78
▪ ONG'S	CREFAC	1	0.93
	FIGAPE	1	0.93
	MAL CLASIFICADO	3	2.78
▪ OTROS	PLAN PADRINO, DUARTE	1	0.93
▪ Subtotal		108	100.00
NO SABE / NO RESPONDE		56	34.15
TOTAL		**164**	

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004



IV.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

Se puede observar en el cuadro III.8 que en el municipio de Ilobasco mas de la mitad de los microempresarios no cuentan con un microcrédito vigente en un 66.90% de los casos, indicando que la mayoría de empresarios no tienen obligaciones con alguna institución en especifico.

Se pudo identificar que el 33.10% de los empresarios expresaron tener en la actualidad al menos un microcrédito, y con diferentes organizaciones ofertantes, entre las cuales se pueden mencionar: Banco de Fomento Agropecuario, Banco Salvadoreño, Banco Agrícola y la Caja de Crédito, lo que confirma el posicionamiento de estas. Los montos otorgados se encuentran en el intervalo de $100 a $5000.00, los cuales son los que ellos requieren para operar, confirmando la información presentada en el cuadro III.6.

Por otra parte, la presencia de prestamistas es muy notable en el municipio, ya que muchas personas encuestadas mencionaron contar con un crédito proporcionado por esta fuente de financiamiento; además, los entrevistados manifestaron que el plazo que las instituciones les han establecido para la cancelación de sus créditos es mayor de un año en un 75.0% de los casos, lo que pude indicar que a estas personas no les están ofreciendo un microcrédito, sino un crédito tradicional con plazos largos y destinado para invertir en la unidad productiva.

Aunque los empresarios, al momento de solicitar un crédito, manifiestan que el dinero lo usarían para invertirlo en el negocio una parte de los microcréditos son invertidos en la unidad productiva y en diferentes rubros, como por ejemplo la compra de mercadería y materia prima en el 67.92%, también usan el dinero para otros gastos ajenos al objetivo del crédito, tales como compra y/o mejora de vivienda (30.77%), salud, educación, pagos de deuda, adquisición de muebles.

Una gran proporción de los encuestados consideran que la forma que están haciendo efectivo el pago de sus cuota y que ellos consideran mejor es la mensual en un 87.5%, y mas de la mitad de los encuestados comunicaron que el tipo de garantía que ellos ofrecieron y pueden ofrecer es la de codeudor en un 53.85%, prendaria en un 26.92% y su negocio, ya que mencionaron que en algunos casos se los habían tomado en cuenta.

CUADRO IV. 8 CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES

MICROEMPRESARIOS CON CRÉDITOS VIGENTES											
SI										47	33.10
NO										95	66.90
INSTITUCIONES / OTROS											
CONCEPTOS	BF	BS	BA	BC	CREDIF	CDC	PREST	ACCOVI	OTROS	TOTAL	
MONTO										Q	%
MENOS DE $ 100										0	0.00
ENTRE $ 100 Y $ 500	1		2		1		1	2		7	21.21
ENTRE $500 Y $2,500	3	4				2			2	11	33.33
ENTRE $2,500 Y $5,000	1	1	2	2		1				7	21.21
$ 5,000 O MÁS	3		1	1			1		2	8	24.24
TOTAL	8	5	5	3	1	3	2	2	4	33	100.00
PLAZO											
MENOS DE 1 MES							5			5	13.89
DE 1 A 3 MESES								1		1	2.78
DE 4 A 6 MESES					1			1	1	3	8.33
DE 7 A 12 MESES										0	0.00
MAS DE 12 MESES	8	5	3	3		5			3	27	75.00
TOTAL	8	5	3	3	1	5	5	2	4	36	100.00
FORMA DE PAGO											
DIARIO							1	2	1	4	12.50
SEMANAL										0	0.00
QUINCENAL										0	0.00
MENSUAL	8	5	5	3	1	3			3	28	87.50
TOTAL	8	5	5	3	1	3	1	2		32	100.00
GARANTÍA											
PRENDARIA	3	1			1			2		7	26.92
SOLIDARIA										0	0.00
HIPOTECARIA	1		2							3	11.54
CODEUDOR	4	1	2	3		2	1		1	14	53.85
TOTAL	8	2	4	3	1	2	1	2	1		
DESTINO											
NEGOCIO											
COMPRA DE MERCADERÍA										24	45.28
COMPRA DE MATERIA PRIMA										12	22.64
COMPRA DE MAQUINARIA										3	9.43
PAGO DE DEUDA										3	5.66
COMPRA DE HERRAMIENTA										3	5.66
COMPRA / MEJORA DEL LOCAL										6	11.32
TOTAL									2	53	100.00
FAMILIA											
COMPRA / MEJORA DE VIVIENDA										4	30.77
SALUD										2	15.38
EDUCACIÓN										2	15.38
PAGO DE DEUDAS										2	15.38
ADQUISICIÓN DE MUEBLES										1	23.07
TOTAL									2	13	100.00

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004

En el cuadro III.9 se puede observar que, según el criterio de los encuestados y mediante la evaluación realizada a los servicios de microcrédito y a los intermediarios financieros, se puede decir que el Banco de Fomento, Banco Agrícola, la Caja de crédito y ACCOVI de R.L. han podido satisfacer las exigencias de los microempresario del municipio de Ilobasco en cuanto a la atención del oficial de crédito, la cantidad de requisitos, el tiempo de aprobación y el período de desembolso y Facilidad de tramites. Pero por otra parte en cuanto a las promociones los comerciantes no transmitieron la misma opinión porque no recibieron ningún regalo por parte de las instituciones oferentes de micro créditos.

CUADRO IV.9.1 : EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES

CONCEPTO	ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO				CANTIDAD DE REQUISITOS					TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO			
	E[8]	B	R	T	E	B	R	M	T	E	B	R	T
ACCOVI													
N°	1	3		4		4			4	3	1		4
%	25.0	75.0		100.0		100.0			100.0	75.0	25.0		100.0
BA													
N°	1	2	3	6		3	2	1	6	1	4	1	6
%	16.67	33.33	50.0	100.0		50.0	33.33	16.67	100.0	16.67	66.67	16.67	100.0
BC													
N°	1	2		3		3			3	2	1		3
%	33.33	66.67		100.0		100.0			100.0	66.67	33..33		100.0
BF													
N°	7	4	1	12	3	9			12	5	7		12
%	58.33	33.33	8.33	100.0	25.0	75.0			100.0	41.67	58.33		100.0
BS													
N°	2	6		8	2	5		1	8	4	2	2	8
%	25.0	75.0		100.0	25.0	62.50		12.50	100.0	50.0	25.0	25.0	100.0
CAJA DE CRÉDITO													
N°	1	6	1	8	2	4	1	1	8	7	1		8
%	25.0	50.0	25.0	100.0	25.0	50.0	12.50	12.50	100.0	87.50	12.50		10.0
OTROS													
N°	4	1		5	2	3			5	3	2		5
%	80.0	20.0		100.0	40.0	60.0			100.0	60.0	40.0		100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004

8. En la evaluaciones se tomo en cuenta E como excelente; B bueno; R regular, M malo; P pésimo. Nota: Las evaluaciones que no aparezcan no obtuvieron ninguna calificación.

CUADRO IV.9.2: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICRO CRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES.									
CONCEPTO	ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO				CANTIDAD DE REQUISITOS				
	E[9]	B	R	T	E	B	R	M	T
ACCOVI									
N°	1	3		4			1	3	4
%	25.0	75.0		100.0			25.0	75.0	100.0
BA									
N°	1	4	1	6	1	2	2	1	6
%	16.67	66.67	16.67	100.0	16.67	33.33	33.33	16.67	100.0
BC									
N°	1	2		3		1	2		3
%	33.33	66.67		100.0		33.33	67.66		100.0
BF									
N°	8	3	1	12	1	5	5	1	12
%	66.67	25.0	8.33	100.0	8.33	41.67	41.67	8.33	100.0
BS									
N°	3	4	1	8	3	2	2	1	8
%	37.50	50.0	12.50	100.0	37.50	25.0	25.0	12.50	100.0
CAJA DE CRÉDITO									
N°	5	3		8	2	3	1	2	8
%	62.50	37.50		100.0	25.0	37.50	12.50	25.0	100.0
OTROS									
N°	4	1		5	1	2		2	5
%	80.0	20.0		100.0	20.0	40.0		40.0	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 21 de junio de 2004

IV.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR

La encuesta fue llevada a cabo en el municipio durante los días 18 y 21 de junio de los corrientes. Durante su transcurso, el equipo encuestador pudo recoger el siguiente pliego de observaciones de campo relevantes en su contacto con los microempresarios (as) encuestados (as), a saber:

a) Los encuestados coincidieron en considerar demasiado altas las tasas de interés vigentes en el mercado del microcrédito y las ven como los factores más determinantes para tomar la decisión de contratar o no un microcrédito.

b) Cerca de 3 de cada 5 de los (as) microempresarios (as) consultadas señalaron la mala situación de sus ventas y el desfavorable entorno económico actual, como una de las principal razón para decidirse a no contratar microcréditos.

c) Al parecer, las cuatro entidades otorgantes de micro crédito más frecuentemente mencionadas en el municipio, son el Banco de Fomento Agropecuario, la Caja de Crédito de Ilobasco, el Banco Agrícola y ACCOVI de R.L.

d) En cuanto se refiere a la periodicidad del pago para la amortización del préstamo, la mayoría de vendedoras del mercado, se inclinaron por un sistema de cobros diarios; en cambio, fuera de este segmento, los encuestados manifestaron una preferencia por el cobro mensual. Asimismo, alrededor de un 40.74% de todos los encuestados mencionaron preferir cancelar sus obligaciones en el mismo establecimiento o en el lugar donde tienen radicado su negocio, a efectos de no incurrir en el costo alternativo de desplazarse hasta la sucursal más cercana del intermediario financiero correspondiente.

9. En la evaluaciones se tomo en cuenta E como excelente; B bueno; R regular, M malo; P pésimo. Nota: Las evaluaciones que no aparezcan no obtuvieron ninguna calificación.

e) Los recintos de los mercados municipales son nichos de mercado donde los prestamistas particulares tienen mucha participación. Tal como se pudo establecer de manera relativamente clara, existe una fuerte preferencia entre los y las microempresarias allí localizados por esta fuente de financiamiento, dada la agilidad del procedimiento para desembolsar los préstamos y la facilidad de cumplir con los trámites exigidos.

f) Se pudo detectar que los microempresarios del municipio de Ilobasco no están siendo fieles con las instituciones microfinancieras que les prestan los servicios crediticios al manifestar que se pasarían o contratarían un crédito con aquella que les brinde mejores alternativas, por lo cual se deben idear programas de lealtad para que permitan mantener por más tiempo a estos clientes.

g) Las instituciones microfinancieras no están dando la debida promoción a sus programas de microcrédito, por lo que los encuestados mencionaron desconocer la existencia de dichos programas.

h) En su mayoría, los microempresarios no han sido penalizados por el incumplimiento de sus obligaciones y el pago de cuotas, lo que indica que este sector está siendo responsable en el manejo de sus créditos y esto permitiría la existencia de una cartera sana.

i) La mayor parte de las microempresas en el municipio cuentan con más de un año de funcionamiento, demostrando la estabilidad del sector, el grado de dominio y conocimiento del negocio o la actividad a la cual se dedican.

j) Las mujeres constituyen la mayoría de los clientes potenciales para las instituciones microfinancieras pero hoy en día los hombres están ganando terreno en este sector de la economía que está formado por empresarios por cuenta propia y que manejan sus negocios con una filosofía de subsistencia.

IV.5 CONCLUSIONES

Del cuerpo de análisis descriptivo realizado a lo largo de las páginas previas, se pueden extraer las siguientes grandes conclusiones:

a) La gran mayoría de microempresas en el Municipio de Ilobasco son lideradas por mujeres en edades productivas.
b) El grado de analfabetismo de los microempresarios es relativamente bajo, representando actualmente el 11.27%.

c) Las microempresas se concentran en su mayoría en los alrededores del mercado municipal, siendo el comercio al detalle la actividad predominante.

d) La cantidad de microempresas que pueden clasificarse como de acumulación simple o de acumulación ampliada sobrepasan en un 30.98% a las de subsistencia; indicando que las primeras han evolucionado notablemente. Asimismo, si se les brinda el debido apoyo a las de subsistencia podrían lograr un mejor desarrollo y convertirse en unidades económicas más productivas.

e) Un alto porcentaje de las microempresas cuentan con mas de dos años de funcionamiento y de dedicarse al mismo rubro; demostrando así las estabilidad de este sector.

f) El 61.97% de los microempresarios del Municipio de Ilobasco cuentan con experiencia crediticia, además han sido responsables en el manejo de sus créditos en el pasado al cumplir con el pago de sus cuotas a su debido tiempo.

g) El 66.90%, de los microempresarios no cuenta en la actualidad con un microcrédito por diferentes razones, indicando que este sector tiene capacidad de endeudamiento y que con la debida orientación pueden ser convencidos de adquirir un crédito, y pasar de ser clientes potenciales a ser verdaderos demandantes de crédito.

h) Algunos de los microempresarios manifestaron no tener interés por el momento de contratar un crédito debido al temor de incurrir en mora, dada la reducción en sus ventas a causa de la temporada lluviosa. Asimismo, mencionaron que sí les interesaría en la época de fin de año ya que prevén que las condiciones mejoraran.

i) Algunos de los empresarios no tiene interés en contratar un crédito por que sus proveedores les proporcionan la mercadería necesaria sin muchos requisitos, ni muchos trámites; prefiriendo en mucho de los casos créditos comerciales.

j) El 82.46% de los empresarios consideran como los factores más importantes para tomar la decisión de adquirir un crédito los siguientes: Valor de la tasa de interés, período de aprobación, requisitos solicitados y plazo de pago.

k) De los microempresarios que manifestaron tener la necesidad y el interés de acceder a un crédito, están dispuestos a solicitarlo de inmediato o en la próxima semana el 52.83%

l) A pesar de que algunos microempresarios mencionaron que no estaban interesados en contratar un microcrédito, existe una buena cantidad de estos a los cuales sí les interesa y están dispuestos a solicitarlo; lo cual indica que existe demanda insatisfecha.

m) Las instituciones que gozan ya de un posicionamiento en el mercado microfinanciero en el Municipio son: el Banco de Fomento Agropecuario, la Caja de Crédito, El Banco Agrícola y ACCOVI de R.L. con un 25.93%, 21.30%, 17.59%, 8.33% respectivamente

n) No existe fidelidad por parte de los microempresarios hacia una institución en específico, ya que estos manifestaron que contratarían un crédito con aquella que les brinde mejores alternativas y les ofrezca mejor servicio.

o) Los montos que los microempresarios requieren para operar se encuentran en el intervalo de $100 a $ 5,000.00 dólares, mencionando que estos montos se utilizarían para invertirlos estrictamente en la unidad productiva.

p) Los microempresarios se inclinan por hacer el pago de sus cuotas en un período mensual, y ejecutarlo en la institución otorgante del crédito o en el lugar de ubicación de su negocio, con 48.15% y 40.74% respectivamente, y por ofrecer garantías del tipo prendarias y de codeudor.

q) Dentro de los servicios adicionales al crédito, los microempresarios prefieren el ahorro obligatorio y el seguro de vida en un 38.30% y 34.04% de los casos respectivamente, manifestando además que se sienten satisfechos con los servicios que actualmente les prestan las instituciones micro financieras.

V SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE NUEVA CONCEPCIÓN, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO

V.1 PERFIL DE LOS GRUPOS ENCUESTADOS

V.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

En el sondeo exploratorio del mercado de microfinanciamiento llevado a cabo en el municipio de Nueva Concepción, los días 23 y 24 de junio de los corrientes, fueron encuestadas un total de 142 personas. El mayoritario 59.2% eran mujeres. El rango de edad predominante se ubicaba entre los 21 y los 65 años (ver cuadro IV.1). El nivel de analfabetismo prevaleciente en el grupo es relativamente bajo, en tanto un alto porcentaje, exactamente el 92.9%, posee la capacidad de leer y escribir. Además, más o menos 4 de cada 5 de ellos manifestaron ser jefes de hogar, siendo lo más corriente, en primer lugar, estar a cargo de 1 a 3 dependientes, o, sino, de 4 a 7 (ver cuadro IV.1).

CUADRO V.1: INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

CONCEPTO	Nº	%
SEXO		
▪ HOMBRES	58	40.8
▪ MUJERES	84	59.2
T O T A L	142	100.0
GRUPOS DE EDAD		
▪ DE 18 A 20 AÑOS	4	2.8
▪ DE 21 A 40 AÑOS	72	50.7
▪ DE 41 A 65 AÑOS	64	45.1
▪ MAS DE 65 AÑOS	2	1.4
T O T A L	142	100.0
CAPACIDAD DE LEER Y ESCRIBIR		
▪ SÍ	132	92.9
▪ NO	10	7.0
T O T A L	142	100.0
POSICIÓN EN EL GRUPO FAMILIAR		
▪ JEFE DE HOGAR	115	81.0
▪ NO ES JEFE DE HOGAR	27	19.0
T O T A L	142	100.0
NUMERO DE DEPENDIENTES		
▪ NINGÚN DEPENDIENTE	16	11.3
▪ DE 1 A3 DEPENDIENTES	91	64.1
▪ DE 4 A 7 DEPENDIENTES	32	22.5
▪ 8 O MÁS DEPENDIENTES	3	2.1
T O T A L	142	100,0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 23 y 24 de junio de 2004

V.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS

Como era dable suponer, el comercio al detalle es la actividad económica desempeñada por el 72.7%, seguida por los servicios, 21.0% (ver cuadro IV.2). Justo la mitad de los negocios, incluyendo al propietario, reportan emplear a 4 trabajadores como máximo (ver cuadro IV.2); otro porcentaje similar son trabajadores por cuenta propia. Cerca de 1 de cada 2 microempresarios tienen 5 años o más de haber iniciado sus negocios. Apenas en 1 de cada 3 unidades productivas se lleva algún tipo de control o registro formal de los costos y ventas (ver

cuadro IV.2). El rango de ventas más común para cerca de 2 de cada 5 de las unidades oscila entre los U.S $ 100.00 y U.S. $ 500.00 mensuales (ver cuadro IV.2); una proporción ligeramente inferior, 37.3%, reportaron entre los U.S $ 500.00 y U.$ 2,500.00 mensuales (ver cuadro IV.2). De acuerdo a esos valores, ambos grupos clasifican dentro del límite estipulado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa para ser considerada como una microunidad productiva.

CUADRO V.2. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS		
C O N C E P T O	**Nº**	**%**
PRINCIPAL RAMA DE ACTIVIDAD		
▪ MANUFACTURA	8	5.6
▪ COMERCIO AL DETALLE?	104	72.7
▪ SERVICIOS	30	21.0
T O T A L	142	100
CANTIDAD DE PERSONAS TRABAJANDO		
▪ CUENTA PROPIA	67	47.2
▪ DE 2 A5	72	50.7
▪ DE 6 A9	3	2.1
T O T A L	142	100
AÑOS DE ESTABLECIDO EL NEGOCIO		
▪ MENOS DE 1 AÑO	19	13.4
▪ DE 1 A 4 AÑOS	55	38.7
▪ MAS DE 5 AÑOS	68	47.9
T O T A L	142	100.0
UTILIZACIÓN DE REGISTROS DE OPERACIONES		
▪ SI	45	31.7
▪ NO	97	68.3
T O T A L	142	100.0
VALOR PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES (U.S $)		
▪ MENOS DE $ 100.0	13	9.2
▪ ENTRE $ 100.0 Y $ 500.0	56	39.4
▪ ENTRE $ 500.0 Y $ 2,500.0	53	37.3
▪ ENTRE $ 2,500.0 Y $ 5,000.0	16	11.3
▪ $ 5,000.0 o MAS	1	0.7
▪ NO HAY DATOS	3	2.1
T O T A L	142	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II-DAI realizada el 23 y 24 de junio

V.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS

Prácticamente el 62% de los microempresarios de Nueva Concepción reportó haber tenido acceso al crédito anteriormente con diferentes instituciones crediticias (ver cuadro IV.3). Los montos contratados con más frecuencia oscilaron entre los U.S $ 100.0 y los U.S $ 2,500.0 dólares (ver cuadro IV.3). Para propios y extraños causa sorpresa descubrir cuán representativos resultan en este municipio los préstamos por cantidades de U.S $ 5000.0 dólares o más (ver cuadro IV.3).

Tan sólo una tercera parte de los microempresarios con experiencia crediticia han recurrido al refinanciamiento; el resto (ver cuadro IV.3), según lo manifestaron al momento de llenar la boleta, no lo han utilizado porque no se han visto en la necesidad de hacerlo o también porque no les gusta continuar cargando una deuda por mucho tiempo. Un poco más de la mitad de quienes si han solicitado y recibido la aplicación de este mecanismo ha sido a razón de solventar problemas de mora en el pago oportuno del crédito, atribuible a imprevistos o circunstancias especiales comprobadas como terremotos, inundaciones, enfermedad, muerte de familiar cercano, etc. (ver cuadro IV.3). El resto lo ha recibido en calidad de premio o recompensa a una trayectoria impecable de abonos puntuales al repago de sus obligaciones financieras (ver cuadro IV.3)

A juzgar por la evidencia cuantitativa recopilada, más o menos 9 de cada 10 del grupo de quienes reconocieron haber manejado créditos en el pasados se pudieran calificar como buenos clientes porque nunca fueron objeto de penalizaciones por retraso en el pago de cuotas (ver cuadro IV.3). A diferencia de lo antes mencionado, sólo un mínimo 10% han tenido recargo de intereses por mora (ver cuadro IV.3).

CUADRO V.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	Nº	%
EXPERIENCIA CREDITICIA EN EL PASADO		
▪ SI	88	61.9
▪ NO	54	38.0
TOTAL	142	100.0
ÚLTIMOS MONTOS CONTRATADOS EN EL PASADO		
▪ MENOS DE $ 100	1	1.1
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500	21	23.9
▪ ENTRE $ 501 Y $2,500	31	35.2
▪ ENTRE $2,501 Y $5,000	14	15.9
▪ $ 5,001 O MÁS	21	23.9
▪ NO SABE / NO RESPONDE	0	0
TOTAL	88	100.0
REFINANCIAMIENTO DE CRÉDITOS PASADOS		
▪ SÍ	24	27.2
▪ NO	64	82.8
TOTAL	88	100.0
RAZONES DE REFINANCIAMIENTO		
▪ FUERZA MAYOR (calamidad publica)	2	8.3
▪ CASO FORTUITO (accidente, robo, enfermedad)	1	4.2
▪ PREMIO DE PAGO PUNTUAL DE CUOTAS	11	45.8
▪ RENEGOCIACIÓN DE DEUDA	9	37.5
▪ OTROS	1	4.2
▪ NO SABE / NO RESPONDE	0	0
TOTAL	24	100.0
PENALIZACIONES RECIBIDAS POR RETRASO EN EL PAGO DE CUOTAS		
▪ RECARGO DE INTERESES POR MORA	9	10.2
▪ EMBARGO DE BIENES	0	0
▪ NEGACIÓN DE OTORGAMIENTO DE NUEVOS CRÉDITOS	2	2.3
▪ FIADOR OBLIGADO A PAGO DE SALDO INSOLUTO	0	0
▪ GRUPO SOLIDARIO PAGO SALDO INSOLUTO	0	0
▪ NO SABE / NO RESPONDE	3	3.4
▪ NO APLICA	74	84.1
TOTAL	88	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 23 y 24 de junio de 2004

V.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

V.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO

Entre los principales hallazgos efectuados en el transcurso del sondeo exploratorio en torno a los créditos vigentes y disposición a contratar uno nuevo, vale la pena poner de relieve los presentados a continuación bajo un formato resumido, a saber:

- ✓ De acuerdo a las cifras estadísticas acumuladas, únicamente un escaso 37.3% de los microempresarios tienen en la actualidad créditos vigentes (ver cuadro IV.4). Con pocos dígitos de diferencia, el mismo patrón proporcional se observa entre aquellos cuya disposición o interés es positivo a contratar un

crédito, en tanto muy por encima de las dos terceras partes de las personas encuestadas, 69.72% exactamente manifestaron no tener esa necesidad (ver cuadro IV.4).

CUADRO V.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	Nº	%
EMPRESARIOS CON MICROCRÉDITOS VIGENTES		
▪ SI	53	37.3
▪ NO	89	62.7
TOTAL	142	100.0
NECESIDAD MANIFESTADA DE CONTRATAR UN MICROCRÉDITO EN LA ACTUALIDAD		
▪ SI	43	30,3
▪ NO	99	69.7
TOTAL	142	100.0
FACTORES ENUNCIADOS COMO DETERMINANTES PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ TASA DE INTERÉS	38	35.8
▪ PERIODO DE APROBACIÓN	17	16.0
▪ REQUISITOS SOLICITADOS	22	20.7
▪ PLAZO	17	16.0
▪ OTROS SERVICIOS PRESTADOS	2	1.9
▪ SERVICIO DEL OFICIAL DE CRÉDITO	3	2.8
▪ COMISIONES Y OTROS GASTOS	3	2.8
▪ CERCANÍA GEOGRÁFICA DE LA INSTITUCIÓN	4	3.7
TOTAL	106	100.0
RAZONES MANIFESTADAS PARA NO CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ NO NECESITA	56	44.1
▪ NO ES SUJETO DE CRÉDITO	1	0.8
▪ NO LE GUSTA TENER DEUDAS	1	0.8
▪ NO CONOCEN PROGRAMAS DE CRÉDITO	34	26.8
▪ NO SABE SOLICITARLO	1	0.9
▪ INTERESES MUY ALTOS	16	12.6
▪ NO SABE / NO RESPONDE	3	2.4
▪ OTROS	15	11.8
TOTAL	127	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 23 y 24 de junio de 2004

- ✓ De las respuestas dadas por las personas con la necesidad o disposición positiva a contratar un microcrédito, el 35.8% de ellas coincidió en puntualizar la tasa de interés como el factor más determinantes para hacerlo (ver cuadro IV.4). En escala de importancia le siguen los requisitos solicitados, el período de aprobación y el plazo otorgado, 20.7 y 16.0%, respectivamente (ver cuadro IV.4).

- ✓ Entre las razones manifestadas por los microempresarios para no contratar un microcrédito, la categoría de "no necesita" presenta el más alto valor relativo, en una proporción de arriba de 2 de cada 5 encuestados (ver cuadro IV.4), denotando en primera instancia la dotación del suficiente capital de trabajo propio para autofinanciar la operación del negocio. Asimismo, un 26.8% dijeron no conocer programas especializados de crédito con montos relativamente pequeños. A simple vista, tal hallazgo sugiere la palpable deficiencia sea en el mensaje o en los medios de difusión empleados para promover este tipo producto crediticio por parte de los intermediarios financieros instalados en el municipio. Curiosamente, con la excepción de un solo caso, no fue enfatizada en la encuesta la trillada razón de no ser sujetos de crédito debido a no poseerse efectivamente algún bien inmueble para otorgarlo como garantía hipotecaria, o no reunirse las condiciones para ofrecer una garantía solidaria a falta de fiadores aceptables por el sistema bancario.

V.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES

Según se desprende de las respuestas obtenidas de los encuestados, entre las condiciones preferidas por los microempresarios para contratar un microcrédito se encuentran las siguientes:

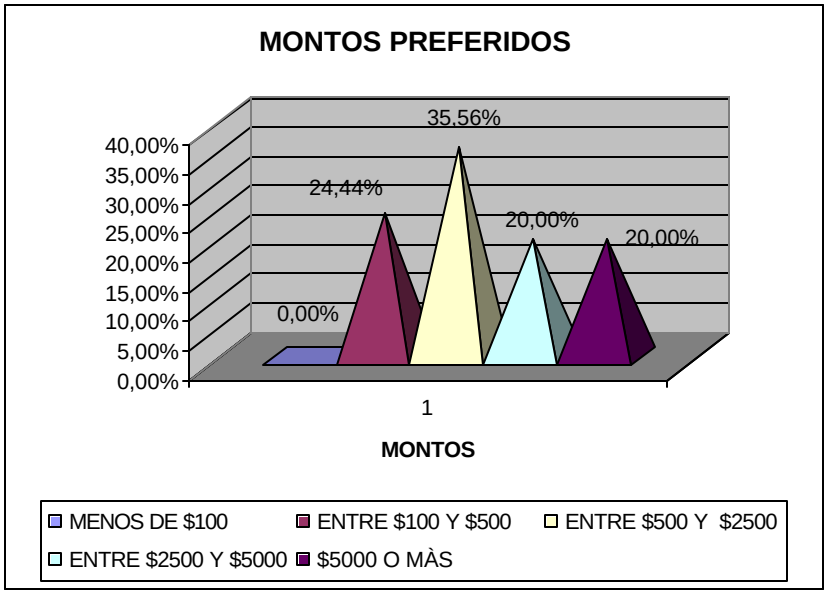
- ✓ Del grupo de 43 microempresarios con necesidad o disposición positiva de contratar un microcrédito, una proporción de 2 de cada 3 de ellos dijeron estar interesados en efectuarlo de inmediato o a lo sumo dentro del próximo mes (ver cuadro IV.5).

CUADRO V.5: OPCIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
PERIODO PROYECTADO PARA SOLICITAR UN MICROCRÉDITO		
▪ DE INMEDIATO	12	27.9
▪ EL PRÓXIMO MES	14	32.6
▪ LOS PRÓXIMOS TRES MESES	9	20,9
▪ LOS PRÓXIMOS 6 MESES O MÁS	8	18.6
TOTAL	43	100,0
FUENTES PREFERIDAS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ CAJA DE CRÉDITO	19	32.8
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR	2	3.5
▪ BANCOS	15	25.9
▪ FINANCIERAS	0	0.0
▪ AMIGOS O PARIENTES	1	1.7
▪ ONG'S	1	1.7
▪ COOPERATIVAS	19	32.8
▪ OTROS	1	1.7
TOTAL	58	100.0
DESTINO POTENCIAL DEL MICROCRÉDITO		
▪ COMPRA DE MERCADERÍA	31	62.0
▪ COMPRA DE MATERIA PRIMA	5	10.0
▪ COMPRA DE MAQUINARIA	2	5.0
▪ COMPRA DE HERRAMIENTAS	2	5.0
▪ COMPRA / MEJORA DEL LOCAL	10	20.0
TOTAL	50	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 23 y 24 de junio de 2004

- ✓ En lo tocante a las fuentes de financiamiento preferidas por los microempresarios, la Caja de Crédito y a las cooperativas atraen, por igual, aproximadamente a un tercera parte de las preferencias de ellos (ver cuadro IV.5), indicando el mayor posicionamiento de ambas instituciones en las opciones de los clientes potenciales. Los bancos se ubican como una segunda aunque muy importante opción, pues así lo acusaron un 25.9% (ver cuadro IV.5).

- ✓ Los montos preferidos por el 60% de los microempresarios se sitúan entre los U.S $ 100.00 y U.S $ 2,500.00 dólares (ver gráfico de Montos Preferidos). No obstante, en una nada despreciable proporción de 1 de cada 5 de los encuestados se inclinaron, por igual, por (ver gráfico de Montos Preferidos) los dos rangos superiores de la escala, entre los U.S $ 2,500.00 y los U.S $ 5,000.00 dólares, y U.S 5,000 dólares o más (ver gráfico de Montos Preferidos). La mayoría de los préstamos, 60%, serían destinados a la compra de mercadería (ver cuadro IV.5), y en menor medida a la compra o a la mejora del local donde opera el negocio (ver cuadro IV.5).



- ✓ Las formas de pago más convenientes para la contratación son los dos extremos de la escala, mensual y diaria, 55.8 y 27.9%, respectivamente (ver cuadro IV.5.a). Sin lugar a dudas, los microempresarios prefieren al codeudor como figura para asegurar el repago del préstamo (ver cuadro IV.5.a), inclinándose otro significativa parte de ellos por la garantía prendaria (ver cuadro IV.5.a). Por otra parte, el lugar predilecto por 2 de cada 3 de los microempresarios para efectuar el pago de sus cuotas de amortización de la deuda es el negocio (ver cuadro IV.5.a); el resto optaría por hacerlo en las oficinas del prestamista. Los productos complementarios al microcrédito, atractivos para casi la mayoría de las personas encuestadas, fueron el ahorro obligatorio, 41.9%, y el seguro de vida, 30.2%.

CUADRO V.6: CONDICIONES PREFERIDAS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
FORMA DE PAGO MÁS CONVENIENTE PARA MICROEMPRESARIO		
▪ DIARIO	12	27.9
▪ SEMANAL	2	4.7
▪ QUINCENAL	5	11.6
▪ MENSUAL	24	55.8
TOTAL	43	100.0
TIPO DE GARANTÍA HA SER OFRECIDA PARA CONTRATAR UN MICROC RÉDITO		
▪ PRENDARIA	14	32.6
▪ SOLIDARIA	1	2.3
▪ HIPOTECARIA	8	18.6
▪ CODEUDOR	20	46.1
TOTAL	43	100.0
LUGAR MASCONVENIENTE PARA EFECTUAR EL PAGO DE LA CUOTA		
▪ EN EL NEGOCIO	28	65.1
▪ EN LA INSTITUCIÓN	15	34.9
TOTAL	43	100.0
PREFERENCIA POR OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL OTORGAMIENTO DEL MICROCRÉDITO		
▪ SEGURO DE VIDA	13	30.2
▪ AHORRO OBLIGATORIO	18	41.9
▪ CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA	**9**	**20.1**
▪ OTROS	**3**	**6.7**
TOTAL	43	100.0

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 23 y 24 de junio de 2004

V.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

V.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS

Se logró detectar la presencia de una diversidad de instituciones oferentes de microcrédito, las cuales se encuentran bien posicionadas en las opiniones y percepciones de la realidad de los microempresarios (ver cuadro IV.6). Sin embargo, son la Caja de Crédito (CDC), la Cooperativa ACACYPAC, el Banco de Fomento Agropecuario (BF) y el Banco Salvadoreño (BS) con un respectivo 33.9, 25.2, 15.8 y 4.3% (ver cuadro IV.6), fueron las más frecuentemente mencionadas durante el sondeo exploratorio.

CUADRO V.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO			
CONCEPTO		**N°**	**%**
▪ CAJA DE CRÉDITO		39	33.9
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR		1	0.9
▪ BANCOS	BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	18	15.6
	BANCO SALVADOREÑO	5	4.3
	BANCO AGRÍCOLA	4	3.5
	BANCO DE COMERCIO	3	2.7
	BANCO PROCREDIT	1	0.9
	OTROS	2	1.8
SUBTOTAL DE BANCOS		**33**	**28.7**
▪ COOPERATIVAS	ACACYPAC	29	25.2
▪ OTROS		13	11.3
TOTAL		**115**	**100.0**

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

A partir de los datos recabados con los microempresarios con créditos vigentes, se pudo reconstruir con las características predominantes bajo las cuáles la cartera de los principales intermediarios financieros había sido colocada en el mercado, a saber:

- ✓ Se puede visualizar como en las cuatro instituciones oferentes U.S $ 0.75 de cada dólar otorgado en microcrédito son orientados, en primer lugar a satisfacer el intervalo de demanda comprendido entre los U.S $ 500.00 y $2,500.00 dólares, y en segundo lugar los montos pertenecientes al estrato inmediatamente superior, hasta U.S $ 5,000.00 dólares (ver cuadro IV.7.a).

CUADRO V.8a : CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES						
CONCEPTO	**BF**	**BS**	**CDC**	**ACACYPAC**	**TOTAL**	
MONTO					**Q**	**%**
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500			4	1	5	13.2
▪ ENTRE $500 Y $2,500			10	5	15	39.5
▪ ENTRE $2,500 Y $5,000	1	2	3	7	13	34.2
▪ $ 5,000 O MÁS	2		2	1	5	13.2
TOTAL	3	2	19	14	38	100
PLAZO						
▪ DE 1 A 3 MESES			2	1	3	7.9
▪ DE 4 A 6 MESES			6	3	9	23.7
▪ DE 7 A 12 MESES				3	3	7.9
▪ MAS DE 12 MESES	3	2	11	7	23	60.5
TOTAL	3	2	19	15	38	100

FUENTE: FOMIR II-DAI REALIZADA 23 Y 24 DE JUNIO

- ✓ Salvo de adolecer los datos de una distorsión o falsedad deliberada, el plazo otorgado para 2 de cada 3 de los préstamos es para más de 12 meses (ver cuadro IV.7.a), siguiéndole en orden de prelación de 4 a 6 meses, período mucho más compatible o normal con los microcréditos.

CUADRO V.&b : CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES						
CONCEPTO	BF	BS	CDC	ACACYPAC	TOTAL	
FORMA DE PAGO					Q	%
▪ DIARIO			5	9	14	36.8
▪ SEMANAL			14		14	36.8
▪ MENSUAL	3	2		5	10	27.4
TOTAL	3	2	19	15	38	100
GARANTÍA					Q	%
▪ PRENDARIA		1	5	2	8	23.5
▪ HIPOTECARIA	3		3	1	7	20.6
▪ CODEUDOR			8	11	19	55.9
TOTAL	3	1	16	14	38	100

FUENTE: FOMIR II-DAI REALIZADA 23 Y 24 DE JUNIO

- ✓ Llama poderosamente la atención descubrir a las formas de pago de cuotas diaria y semanal como las de mayor frecuencia acumulada (ver cuadro IV.7.b), compartiendo un porcentaje de 36.8%. Por otro lado, al parecer la garantía más comúnmente exigida por las instituciones para respaldar el crédito es el codeudor, 55.9% (ver cuadro IV.7.b)

V.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

Buscando determinar los grados de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios inherentes al crédito recibidos de parte de los tres principales oferentes presentes en el municipio, se les pidió a los encuestados calificarlos utilizando las categorías de Excelente (E), Bueno (B), Regular (R), Malo y Pésimo (P). Los resultados se presentan y comentan a continuación:

- ✓ La Caja de Crédito, el más importante de los intermediarios financieros identificados, con relación a la atención del oficial de crédito fue calificado por el 95.8% de sus usuarios como bueno y excelente (ver cuadro IV.7.a). La misma tendencia general en la evaluación se reproduce invariablemente en relación tanto a la cantidad de requisitos exigidos, al tiempo de aprobación y desembolso como a la facilidad de los trámites (ver cuadro IV.7.a y IV.7.b), pues son catalogados entre excelentes y buenos. Por el contrario, si bien más de dos de las terceras partes de las opiniones sobre el punto de las promociones lanzadas por la institución todavía se aglutinan entre las calificaciones de buenas y regulares, 37.5% (ver cuadro IV.7.b), una significativa fracción de ellas son proclives a considerarlas malas o pésimas (ver cuadro IV.7.b).

- ✓ La Cooperativa ACACYPAC, con relación a la atención recibida del oficial de crédito, a la cantidad de requisitos exigidos, al tiempo de aprobación y desembolso y a la facilidad de los trámites fueron calificadas por más de 4 de cada 5 encuestados como buena o excelente (ver cuadro IV.7.a), haciendo alusión estas cifras a la gran satisfacción de los clientes sobre tales aspectos. Entretanto, aún y cuado no haya obtenido una votación con la contundencia de las anteriores, las promociones fueron catalogadas en su mayoría como buenas, 68.8% (ver cuadro IV.7.b)..

CUADRO V.9a.: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS													
CONCEPTO	ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO				CANTIDAD DE REQUISITOS					TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO			
	E	B	R	T	E	B	R	M	T	E	B	R	T
BANCO DEFOMENTO AGROPECUARIO													
N°	2	3	1	6		4	2		6	2	2	2	6
%	33.33	50.00	16.67	100	0.00	66.67	33.33	0.00	100	33.33	33.33	33.33	100
CAJA DE CRÉDITO													
N°	7	16	1	24	8	15	1		24	13	11		24
%	29.17	66.67	4.17	100	33.33	62.50	4.17	0.00	100	54.17	45.83	0.0	100
ACACYPAC													
N°	6	7	3	16	5	9	2		16	7	8	1	16
%	37.50	43.75	18.75	100	31.25	56.25	12.50	0.00	100	43.75	50	6.25	100

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

- ✓ El Banco de Fomento Agropecuario, en la atención del oficial de crédito fue calificado mayoritariamente como bueno y excelente (ver cuadro IV.7.a). En relación a la cantidad de requisitos exigidos fue considerado entre bueno y regular (ver cuadro IV.7.a). Asimismo, en lo que respecta al tiempo de aprobación y desembolso fue catalogado entre excelente, bueno y regular, compartiendo el mismo porcentaje de calificación para cada una de esas categorías (ver cuadro IV.7.a). Finalmente, sobre la facilidad de trámites las puntuaciones se agruparon entre bueno y regular (ver cuadro IV.7.b), pero regular, malo y pésimo en cuanto a promociones se refiere (ver cuadro IV.7.b).

CUADRO V.9.b: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS												
CONCEPTO	FACILIDAD DE TRAMITES					PROMOCIONES						
	E	B	R	P	T	E	B	R	M	P	T	
BANCO DEFOMENTO AGROPECUARIO												
N°		4	2		6			3	2	1	6	
%		66.67	33.33		100			50.00	33.33	16.67	100	
CAJA DE CRÉDITO												
N°	7	15	1	1	24	2	7	9	3	3	24	
%	29.17	62.50	4.17	4.17	100	8.33	29.17	37.50	12.50	12.50	100	
ACACYPAC												
N°	6	8	2		16	2	11	2	1		16	
%	37.50	50.00	12.50		100	12.50	68.75	12.50	6.25		100	

FUENTE: Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los día 18 y 19 de junio de 2004

V.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR

La encuesta fue llevada a cabo en el municipio durante los días 23 y 24 de junio de los corrientes. Durante ese transcurso, el equipo encuestador pudo recoger el siguiente pliego de observaciones relevantes de campo en el contacto con los microempresarios (as) encuestados (as), a saber:

1. A juzgar por las visitas efectuadas en el terreno, el dato empleado como universo para calcular el tamaño de la muestra muy probablemente está supravalorado y no coincide con la realidad económica ordinaria del municipio. Al recorrer las calles del casco urbano, se evidenció un parque global y una densidad del tejido microempresarial por manzana muy por debajo a la sugerida originalmente por aquél.

Por ejemplo, el nivel de actividad comercial varía sustancialmente durante los fines de semana, cuando llega al pueblo un gran volumen de vendedores ambulantes procedentes de otros municipios.

2. A pesar de haber diferentes motivos, se detectó la presencia de una significativa renuencia entre los encuestados a contratar un microcrédito en el futuro cercano. Alrededor de una cuarta parte de ellos lo justifican señalando la pronunciada variabilidad de los ingresos observada hoy en día, lo cual vuelve muy riesgoso al actual ambiente de negocios, o simplemente no quieren tener la preocupación de contraer una deuda.

3. Los productos financieros complementarios al microcrédito, atractivos para casi la mitad de las personas encuestadas, fueron el ahorro obligatorio y el seguro de cancelación de deuda. Asimismo, a éstos agregaron las actividades promocionales para celebrar ciertos días feriados, los cuales constituyen programas de lealtad ejecutados principalmente por la Caja de Crédito local. Un poco más de la cuarta parte de las personas entrevistadas manifestaron estar interesadas en mantener su relación comercial con las entidades con las cuales ya trabajan, principalmente la Caja de Crédito, aunque también se descubrió la anuencia de dichas personas a trabajar con la cooperativa ACACYPAC o el BFA.

4. Según comentarios de varios encuestados, la temporada lluviosa provoca una disminución en las ventas, especialmente en el sector comercio al detalle. Por este motivo, microempresarios dedicados a este tipo de actividades manifiestan no tener interés por el momento de contratar un crédito, pero si les interesaría para el fin de año, porque ésta es la temporada cuando usualmente experimentan un incremento en sus ventas.

5. Un significativo pero indefinido número de microempresarios no están interesados en adquirir un microcrédito con instituciones financieras. Prefieren obtener el crédito comercial con sus proveedores pues éstos no exigen mayores requisitos y les proporcionan la mercadería por ellos necesitada de una manera ágil y efectiva.

V.5 CONCLUSIONES

Del cuerpo de análisis descriptivo realizado a lo largo de las páginas previas, se pueden extraer las siguientes grandes conclusiones:

a) Según lo declarado, 2 de cada 3 microempresarios de Nueva Concepción han tenido acceso al crédito anteriormente con diferentes instituciones crediticias. Los montos contratados con más frecuencia oscilaron entre los U.S $ 100.0 y los U.S $ 2,500.0 dólares. Tan sólo una tercera parte de ellos han recurrido al refinanciamiento. Un poco más de la mitad de quienes si han solicitado y recibido la aplicación de este mecanismo ha sido a razón de solventar problemas de mora en el pago oportuno del crédito, El resto lo ha recibido en calidad de premio o recompensa a una trayectoria impecable de abonos puntuales al repago de sus obligaciones financieras

b) Un escaso 37.3% de los microempresarios encuestados son clientes activos de la cartera microcrediticia municipal. Con poca diferencia, 31.3%, conforma el grupo de aquellos con el interés de contratar un crédito, en tanto muy por encima de las dos terceras partes de las personas encuestadas, 69.7% exactamente manifestaron no tener esa necesidad.

c) Entre las razones manifestadas por los microempresarios para no contratar un microcrédito, la categoría de “no necesita” presenta el más alto valor relativo, en una proporción de arriba de 2 de cada 5 encuestados, denotando en primera instancia la dotación del suficiente capital de trabajo propio para autofinanciar la operación del negocio. Asimismo, un 26.8% dijo no conocer programas especializados de

crédito con montos relativamente pequeños. A simple vista, tal hallazgo sugiere la palpable deficiencia sea en el mensaje o en los medios de difusión empleados para promover este tipo producto crediticio por parte de los intermediarios financieros instalados en el municipio.

d) La Caja de Crédito y las cooperativas gozan del mayor posicionamiento en las opciones de los clientes potenciales. Los montos preferidos por el 60% de los microempresarios se sitúan entre los U.S $ 100.00 y U.S $ 2,500.00 dólares. No obstante, en una nada despreciable proporción de 1 de cada 5 de los encuestados se inclinaron, por igual, por los dos rangos superiores de la escala, entre los U.S $ 2,500.00 y los U.S $ 5,000.00 dólares, y U.S 5,000 dólares o más. La mayoría de los préstamos, 60%, serían destinados a la compra de mercadería, y en menor medida a la compra o a la mejora del local donde opera el negocio. Las formas de pago más convenientes para la contratación son mensual y diaria. Los microempresarios prefieren al codeudor como figura para asegurar el repago del préstamo, inclinándose otra significativa parte de ellos por la garantía prendaria. Por otra parte, el lugar predilecto por 2 de cada 3 de los microempresarios para efectuar el pago de sus cuotas de amortización de la deuda es el negocio; el resto optaría por hacerlo en las oficinas del prestamista. Los productos complementarios al microcrédito, atractivos para casi la mayoría de las personas encuestadas, fueron el ahorro obligatorio y el seguro de vida.

e) La Caja de Crédito, la Cooperativa ACACYPAC, el Banco de Fomento Agropecuario y el Banco Salvadoreño fueron los oferentes más frecuentemente mencionados durante el sondeo exploratorio. U.S $ 0.75 de cada dólar otorgado en microcrédito por ellos son orientados, en primer lugar, a satisfacer el intervalo de demanda comprendido entre los U.S $ 500.00 y $2,500.00 dólares, y en segundo lugar los montos pertenecientes al estrato inmediatamente superior, hasta U.S $ 5,000.00 dólares. El plazo otorgado para 2 de cada 3 de los préstamos es para más de 12 meses, siguiéndole en orden de prelación de 4 a 6 meses. Las formas de pago de cuotas diaria y semanal son las más comunes, compartiendo un porcentaje de 36.8%. Por otro lado, al parecer la garantía más comúnmente exigida por las instituciones para respaldar el crédito es el codeudor, 55.9%

f) Indistintamente, las 4 instituciones oferentes de microcrédito salieron bien evaluadas en lo concerniente a las categorías de atención brindada a los clientes por parte del oficial de crédito, a la cantidad de requisitos exigidos, al tiempo de aprobación y desembolso, y a la facilidad para realizar los trámites del préstamo. Hay una amplia variación de juicios en torno a la valoración de las promociones lanzadas.

VI SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE SENSUNTEPEQUE, DEPARTAMENTO DE CABAÑAS

VI.1 PERFIL DEL GRUPO ENCUESTADO

VI.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

En esta parte del estudio, se busca identificar cualidades y características de las personas encuestadas con el propósito de establecer el perfil de los micros empresarios del municipio de Sensuntepeque. De acuerdo con los datos presentados en el cuadro V.1.1, donde se muestra la información general de los microempresarios, se pueden presentar los siguientes hallazgos:

En el municipio de Sensuntepeque, se pudo observar que la concentración de microempresas es bastante alta, aunque en su mayoría se ubican en los la zona urbana y en los alrededores del mercado municipal, en torno al cual las mujeres microempresarias dominan, con un 58.87% de participación, sobrepasando a los hombres en un 17.74%.

Los microempresarios de esta zona en su mayoría se encuentran entre las edades de 21 a 65 años (92.31%), edades que algunas instituciones financieras exigen a sus clientes como requisito para ser sujeto de crédito, pero según la observación directa y los comentarios de las personas encuestadas, existe un buen número de personas que son poseedores de su propia unidad productiva y se ubican en edades menores o mayores a estos rangos que manifestaron tener el deseo de adquirir un microcrédito.

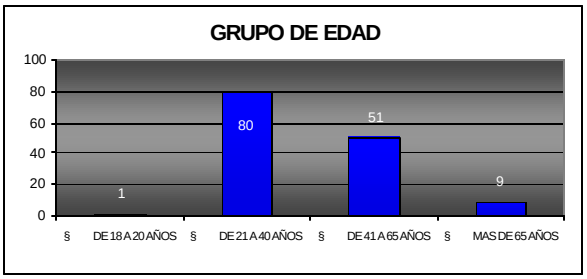
Los microempresarios en su gran mayoría mencionaron que son los responsables de sus respectivos hogares en un 82.27%, y contar en la actualidad con menos de tres dependientes en 81% de los casos, del cual el 57.45% cuenta 1 y 3, y con mas de tres pero menos de 7 en un 34.75%, dando una idea de la carga económica y las responsabilidades familiares con las que tienen que vivir estas personas.

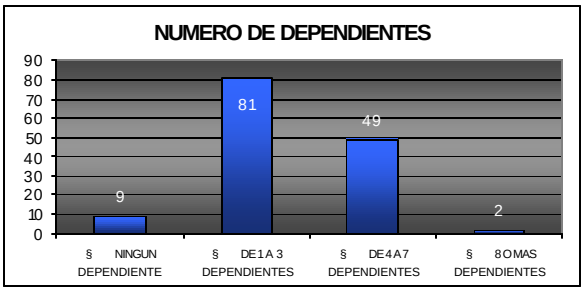
Los empresarios que fueron objeto de estudio cuentan con la capacidad de leer y escribir en un (87.23%), demostrando que el grado de analfabetismo de este sector de la población es pequeño con respecto a lo presentado en el Libro Blanco[10] lo cual permitiría que a estas personas en un determinado momento se les pueda orientar y capacitar con mayor facilidad en el manejo de sus negocios.

10. ver pagina # 14 del libro Blanco de La Micro Empresa.

CUADRO VI.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	Nº	%
SEXO		
▪ HOMBRES	58	41.13
▪ MUJERES	83	58.87
T O T A L	141	100.00
GRUPOS DE EDAD		
▪ DE 18 A 20 AÑOS	1	0.71
▪ DE 21 A 40 AÑOS	80	56.74
▪ DE 41 A 65 AÑOS	51	36.17
▪ MAS DE 65 AÑOS	9	6.38
T O T A L	141	100.00
CAPACIDAD DE LEER Y ESCRIBIR		
▪ SI	123	87.23
▪ NO	18	12.77
T O T A L	141	100.00
POSICIÓN EN EL GRUPO FAMILIAR		
▪ JEFE DE HOGAR	116	82.27
▪ NO JEFE DE HOGAR	25	17.73
T O T A L	141	100.00

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004





VI.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS

Considerando que la actividad económica y comercial del municipio se ve incrementa en los días de plaza, concentrándose en su gran mayoría en las cercanías del mercado municipal; y de acuerdo con el cuadro V.2 que muestra la información general de las microempresas recolectada en la encuesta, se pueden enunciar las siguientes observaciones:

La rama del comercio al detalle es la que mas sobresale con una cantidad que sobrepasa con mucha holgura a los demás rubros (101 de 139 de los casos representando el 72.66%), relegando al segundo lugar a la prestación de servicios profesionales diversos que apenas representan el 20.14%, y al tercer lugar a la manufactura de cualquier tipo de de producto que solamente se presenta en un 7.19%.

Los empresarios de Sensuntepeque que cuentan con su propio negocio, trabajan por cuenta propia y con una filosofía de subsistencia [11] en un 46.10%, pero existen microempresas que emplean de dos a cinco personas en un 51.77% de los casos, las cuales se pueden clasificar como de acumulación simple o de acumulación ampliada[12].

Se pude decir que existe estabilidad en los negocios y en las actividades a las que se dedican los microempresarios porque la gran mayoría tienen ya mas de dos años (87.94%) de ser propietarios del negocio, de dedicarse al mismo giro y de estar ubicados en el mismo lugar; aunque el tiempo y el grado de conocimiento del negocio no han incidido en la mente de los microempresarios para que estos comiencen a llevar algún tipo de anotación de sus ingresos o gastos, es decir algún tipo de registro contable, debido a que la gran mayoría no lo esta haciendo (63.83%).

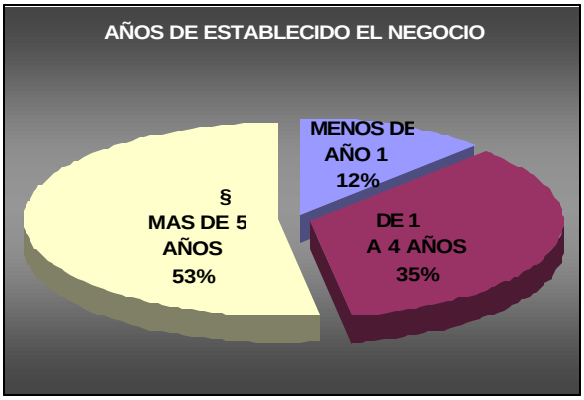
Finalmente, se observa una fuerte concentración de empresas con ingresos mensuales promedio de entre $100 y $2,500, representando más del 80% del universo muestral. Así, de

11. 8 De acuerdo con la clasificación de las microempresas presentada en el material de capacitación para jóvenes profesionales denominado las microempresas y las microfinanzas, San Salvador Junio de 2004
12. De acuerdo con la clasificación de las microempresas presentada en el material de capacitación para jóvenes profesionales denominado las microempresas y las microfinanzas, San Salvador Junio de 2004

acuerdo a esos valores, este grupo clasifica dentro del límite estipulado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa para ser considerada como una microunidad productiva.

CUADRO VI.2. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS		
C O N C E P T O	Nº	%
PRINCIPAL RAMA DE ACTIVIDAD		
▪ MANUFACTURA	10	7.19
▪ COMERCIO AL DETALLE	101	72.66
▪ SERVICIOS	28	20.14
T O T A L	139	100.00
CANTIDAD DE PERSONAS TRABAJANDO		
▪ CUENTA PROPIA	65	46.10
▪ DE 2 A 5	73	51.77
▪ DE 6 A 9	3	2.13
T O T A L	141	100.00
AÑOS DE ESTABLECIDO EL NEGOCIO		
▪ MENOS DE 1 AÑO	17	12.06
▪ DE 1 A 4 AÑOS	49	34.75
▪ MAS DE 5 AÑOS	74	52.48
▪ MAL CLASIFICADOS	1	0.71
T O T A L	141	100.00
UTILIZACIÓN DE REGISTROS DE OPERACIONES		
▪ SI	51	36.17
?NO	90	63.83
T O T A L	141	100.00
VALOR PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES (U.S $)		
▪ MENOS DE $ 100.0	7	5.0
▪ ENTRE $ 100.0 Y $ 500.0	53	37.6
▪ ENTRE $ 500.0 Y $ 2,500.0	66	46.8
▪ ENTRE $ 2,500.0 Y $ 5,000.0	13	9.2
▪ $ 5,000.0 o MAS	2	1.4
▪ NO HAY DATOS		
T O T A L	141	100.0

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004



VI.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS

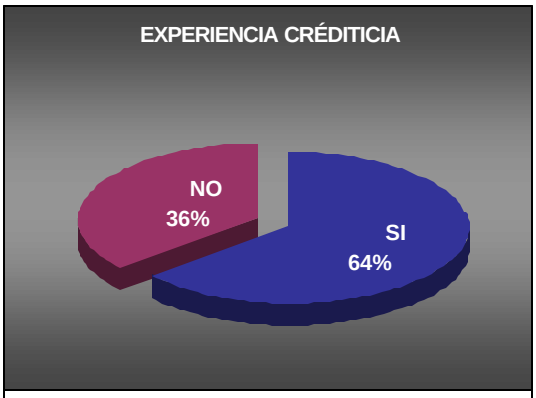
Con respecto a la experiencia en el manejo de microcréditos en el pasado, se puede decir que los microempresarios de Sensuntepeque sí tuvieron la oportunidad de contar con al menos uno en un 63.83%. Estos mencionaron que los montos de los micro créditos que contrataron en el pasado se ubican en el intervalo de $100.00 a $2,500.00 en un 68.13% de los casos.

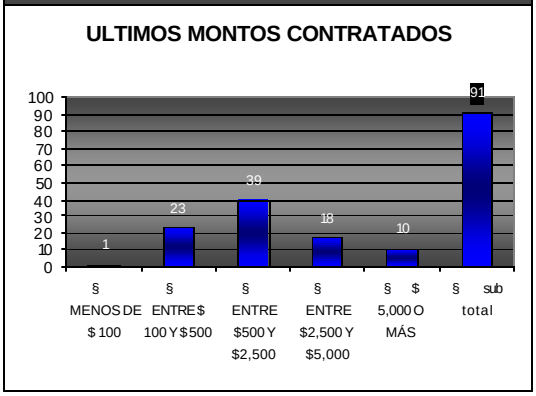
En su mayoría, los microempresarios de este municipio no han sido refinanciados por ninguna causa pero sí existe un 19.86% a los cuales sí se les ha refinanciado por diferentes motivos, tales como: renegociación de deuda, premio por pago puntual de cuota con un 56.67% y 36.67% respectivamente, lo que indica que la gran mayoría de estas personas fueron responsables en el manejo de sus créditos y el pago de sus cuotas.

Las instituciones micro financieras en muchos casos se vieron en la necesidad de aplicar diferentes tipos de penalizaciones a los microempresarios de Sensuntepeque por el mal manejo de sus créditos o por el incumplimiento de sus obligaciones, tales como recargo de intereses por mora en un 26.97%; esto demuestra que en cuanto se refiere al pago de sus cuotas y a al buen manejo de sus créditos los empresarios de la zona fueron responsables al llevarlas al día sus cuotas, ya que al 68.54% nunca le fue aplicado ningún tipo de penalización.

CUADRO VI.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	Nº	%
REFINANCIAMIENTO DE CRÉDITOS PASADOS		
▪ SI	28	19.86
▪ NO	113	80.14
TOTAL	141	100.00
RAZONES DE REFINANCIAMIENTO		
▪ FUERZA MAYOR (calamidad publica)	1	3.33
▪ CASO FORTUITO (accidente , robo, enfermedad)	1	3.33
▪ PREMIO DE PAGO PUNTUAL DE CUOTAS	11	36.67
▪ RENEGOCIACIÓN DE DEUDA	17	56.67
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	30	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	112	78.87
TOTAL	142	
PENALIZACIONES RECIBIDAS POR RETRASO EN EL PAGO DE CUOTAS		
▪ RECARGO DE INTERESES POR MORA	24	26.97
▪ NO SABE / NO RESPONDE	4	4.49
▪ NO APLICA	61	68.54
▪ Subtotal	89	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	53	37.32
TOTAL	142	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004





VI.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

VI.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO

De acuerdo con la información recolectada en la boleta y presentada en el cuadro V.4, que muestra los puntos sobresalientes de la demanda de microcréditos, a continuación se presentan los principales hallazgos.

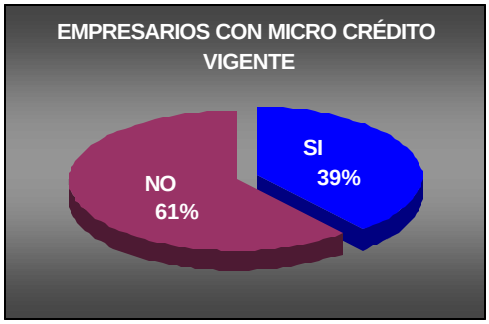
Existe un buen número de microempresarios que cuentan en la actualidad con al menos un microcrédito vigente, pero la proporción de los que por diferentes causas no poseen ninguno es mayor, con un 60.39%, lo cual podría deberse al hecho que un buen número de estos no conoce programas de microcréditos (24.56%) o porque una cantidad considerable de estos microempresarios considera que la tasa de interés es muy alta (14.91%).

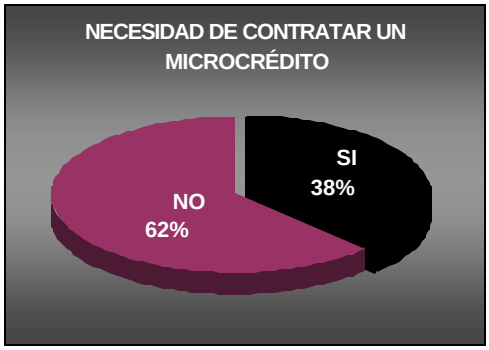
Del total de encuestados, la gran mayoría expresó no tener por el momento la necesidad de contratar un microcrédito en un 60.99%, manifestando que su falta de interés se debe a la época, a la disminución de las ventas y por diferentes causas, como por ejemplo: no lo necesitan (39.47%), tienen suficiente capital para trabajar sin apalancamiento, cuentan con el apoyo familiar dentro del país o del extranjero y en muchos casos sus proveedores les proporcionan la mercadería. Algunas de estas personas, en especial las que se dedican al comercio al detalle, manifestaron que las ventas estaban malas debido a la época lluviosa y por esta razón tenían el temor de entrar en mora, pero en la temporada de fin de año sí les interesaría contratar un crédito; estos motivos se pudieron detectar mediante la información recolectada directamente de las personas y plasmada en la bitácora de campo.

De los microempresarios del municipio de Sensuntepeque, que expresaron tener la necesidad de adquirir un microcrédito, representando (37.59%), la mayoría considera que entre los factores más importantes y de los cuales depende que ellos tomen la decisión de contratar un crédito se encuentran: la tasa de interés, el período de aprobación, los requisitos solicitados y el plazo, con un 92.98%.

CUADRO VI.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO		
C O N C E P T O	Nº	%
FACTORES ENUNCIADOS COMO DETERMINANTES PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
?TASA DE INTERÉS	46	40.35
?PERIODO DE APROBACIÓN	16	14.04
?REQUISITOS SOLICITADOS	24	21.05
?PLAZO	20	17.54
?OTROS SERVICIOS PRESTADOS	0	0.00
?SERVICIO DEL OFICIAL DE CRÉDITO	2	1.75
?COMISIONES Y OTROS GASTOS	4	3.51
?CERCANÍA GEOGRÁFICA DE LA INSTITUCIÓN	1	0.88
?OTROS	1	0.88
?Subtotal	114	100.00
?NO CODIFICADOS	90	44.12
T O T A L	204	
RAZONES MANIFESTADAS PARA NO CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
?NO NECESITA	45	39.47
?NO ES SUJETO DE CRÉDITO	4	3.51
?NUNCA LE OFRECIERON CRÉDITO	2	1.75
?NO LE GUSTA TENER DEUDAS	3	2.63
?NO CONOCEN PROGRAMAS DE CRÉDITO	28	24.56
?NO SABE SOLICITARLO	0	0.00
?INTERESES MUY ALTOS	17	14.91
?NO SABE / NO RESPONDE	2	1.75
?OTROS	13	11.40
?Subtotal	114	100.00
?NO CODIFICADOS	56	32.94
T O T A L	170	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004





VI.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES

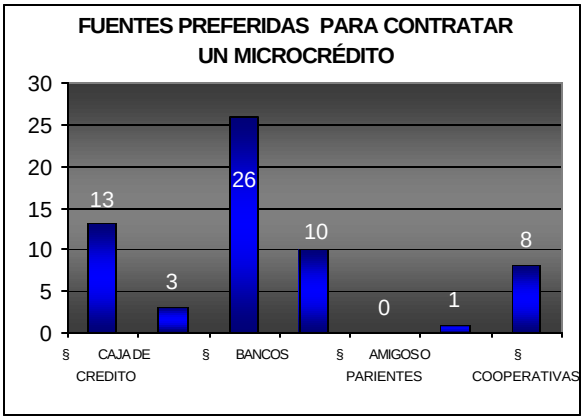
Conocer las condiciones preferidas por parte de los microempresarios para contratar un crédito fue el propósito de las interrogantes que arrojaron la información que se presenta en el cuadro V.5, del cual se extraen las observaciones detalladas a continuación.

Los microempresarios de Sensuntepeque que manifestaron tener la necesidad y el interés de contratar un crédito, están dispuestos a solicitarlo de inmediato o en la próxima semana en igual proporción con los que les interesa contratarlo en el próximo mes o en el próximo tres meses con un 40.74%; además, estos expresaron que les interesaría contratar el crédito con los bancos del sistema financiero (42.62%), la caja de crédito (21.31%) y financieras (16.39%), siendo estas las instituciones que los encuestados conocen o al menos han escuchado que prestan este servicio y de las cuales se puede decir que gozan ya de un fuerte posicionamiento. A pesar de todo esto, los microempresarios manifestaron que contratarían un crédito nuevo, u otro para pagar el que ya tienen, con la institución que le brinde la mejor alternativa y que cumpla con sus expectativas, ofreciéndoles tasas de intereses bajas, períodos cortos de aprobación y requisitos que puedan cumplir. Todo esto indica la falta

de lealtad por parte de los empresarios hacia una institución en específico. Además, los empresarios manifestaron que a ellos les sería muy provechoso que los oferentes de este tipo de servicio les tomaran en cuenta su negocio como garantía.

CUADRO VI.5: DESTINOS Y CONDICIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
NECESIDAD MANIFESTADA DE CONTRATAR UN MICROCRÉDITO EN LA ACTUALIDAD		
▪ SI	53	37.59
▪ NO	88	62.41
T O T A L	**141**	**100.00**
PERIODO PROYECTADO PARA SOLICITAR UN MICROCRÉDITO		
▪ EN LOS PRÓXIMOS TRES DÍAS O MENOS	10	18.52
▪ LA PRÓXIMA SEMANA	12	22.22
▪ LA PRÓXIMA QUINCENA	4	7.41
▪ EL PRÓXIMO MES	12	22.22
▪ LOS PRÓXIMOS TRES MESES	10	18.52
▪ LOS PRÓXIMOS 6 MESES O MÁS	4	7.41
▪ OTROS	2	3.70
▪ Subtotal	54	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	87	61.70
TOTAL	**141**	
FUENTES PREFERIDAS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ CAJA DE CRÉDITO	13	21.31
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR	3	4.92
▪ BANCOS	26	42.62
▪ FINANCIERAS	10	16.39
▪ ONG'S	1	1.64
▪ COOPERATIVAS	8	13.11
▪ OTROS	0	0.00
TOTAL	**61**	

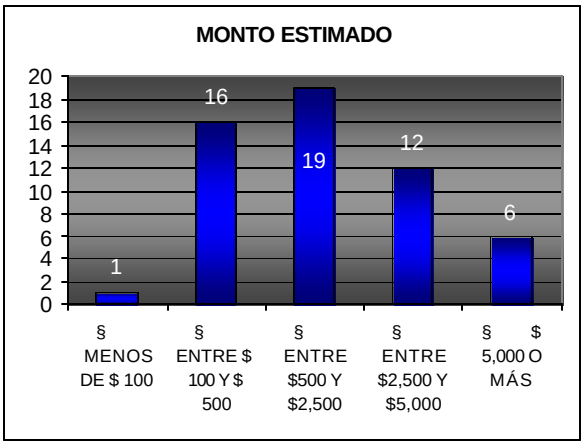
Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004

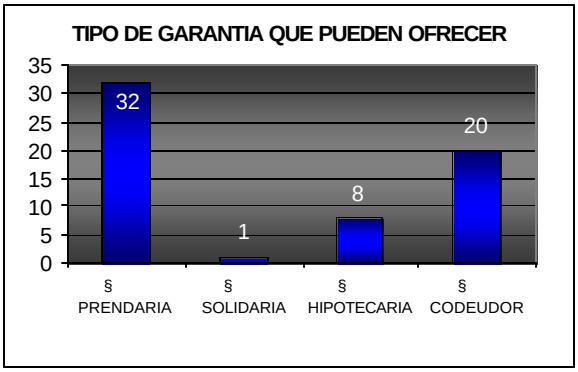


En el cuadro V.6, al igual que en el cuadro anterior, se muestran las condiciones que los microempresarios prefieren y exigen de parte de las instituciones financieras para tomar la decisión de contratar un crédito. Además, se presenta el destino que estos le asignan a sus fondos, la forma de pagos que ellos prefieren y las garantías que estos pueden ofrecer.

CUADRO VI.6: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
DESTINO POTENCIAL DEL MICROCRÉDITO		
▪ COMPRA DE MERCADERÍA	48	72.73
▪ COMPRA DE MATERIA PRIMA	1	1.52
▪ COMPRA DE MAQUINARIA	4	6.06
▪ PAGO DE DEUDA	1	1.52
▪ COMPRA DE HERRAMIENTAS	2	3.03
▪ COMPRA / MEJORA DEL LOCAL	8	12.12
▪ OTROS	2	3.03
TOTAL	**66**	**100.00**
FORMA DE PAGO MÁS CONVENIENTE PARA MICROEMPRESARIO		
▪ DIARIO	4	7.27
▪ SEMANAL	12	21.82
▪ QUINCENAL	9	16.36
▪ MENSUAL	30	54.55
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	55	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	87	61.27
TOTAL	**142**	
LUGAR MAS CONVENIENTE PARA EFECTUAR EL PAGO DE LA CUOTA		
▪ EN EL DOMICILIO	2	3.51
▪ EN EL NEGOCIO	27	47.37
▪ EN LA INSTITUCIÓN	28	49.12
▪ OTROS	0	0.00
TOTAL	**57**	**100.00**
PREFERENCIA POR OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL OTORGAMIENTO DEL MICROCRÉDITO		
▪ SEGURO DE NO PAGO	4	5.26
▪ SEGURO DE VIDA	25	32.89
▪ AHORRO OBLIGATORIO	31	40.79
▪ TARJETA DE CRÉDITO	3	3.95
▪ SEGURO DE DESEMPLEO	1	1.32
▪ CAPACITACIÓN	7	9.21
▪ ASISTENCIA TÉCNICA	5	6.58
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	76	100.00
▪ NO CLASIFICADAS	95	55.56
TOTAL	**171**	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004





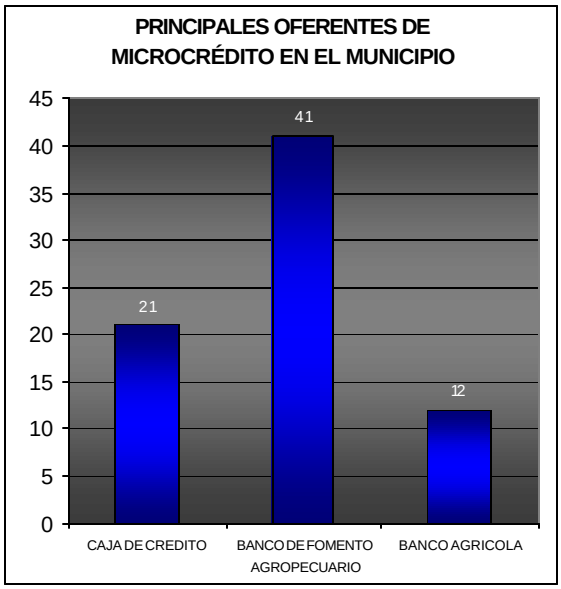
VI.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

VI.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS

En el municipio, se pueden identificar tres instituciones que son los principales actores en el otorgamiento de microcréditos, de las cuales se puede decir que gozan ya de un posicionamiento en el mercado microfinanciero: el Banco de Fomento Agropecuario, la Caja de Crédito, y el Banco Agrícola con un 35.65%, 18.26%, y 10.43% respectivamente, aunque esto no significa que las demás instituciones no formen parte importante de la oferta microcrediticia, ya que si bien por separado no son muy representativas, en conjunto estas instituciones representan el 35.66% de los oferentes.

CUADRO VI.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO			
CONCEPTO		N°	%
?PROVEEDORES		5	4.35
?CAJA DE CRÉDITO		21	18.26
?PRESTAMISTA PARTICULAR		11	9.57
?BANCOS	BANCO HIPOTECARIO	3	2.61
	BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	41	35.65
	BANCO SALVADOREÑO	4	3.48
	BANCO AGRÍCOLA	12	10.43
	BANCO DE COMERCIO	6	5.22
	BANCO PROCREDIT	1	0.87
?FINANCIERAS	ACCOVI	5	4.35
?ONG'S	ADES	3	2.61
	REDES	1	0.87
	NO IDENTIFICADO	1	0.87
? COOPERATIVAS	COMEDICA	1	0.87
?OTROS *		0	0.00
?Subtotal		115	100.00
MAL CLASIFICADOS		51	30.72
TOTAL		**166**	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004



VI.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

Con la información del cuadro V.8, se puede corroborar que la mayor parte de los microempresarios de la zona urbana de Sensuntepeque no posee un crédito vigente, representando un 60.99%. Pero, por otra parte existen un buen porcentaje de estos que sí cuentan con al menos uno y con diferentes oferentes, a los cuales las instituciones financieras les han otorgado montos que se encuentran en el intervalo de $100 y $5,000 con un 87.04%.

Los comerciantes manifestaron que los plazos que las instituciones financieras les otorgaron para la amortización de sus créditos son mayores de un año en un 62.26%. Por otro lado, los empresarios mencionaron que el destino del microcrédito que contrataron y que aun tenían vigente había sido la unidad productiva para la compra de mercadería en un 76.79%, mientras que otra parte fue destinada para gastos familiares tales como compra y /o mejora de vivienda.

Los microempresarios comentaron que la forma en que están haciendo efectivo el pago de sus cuotas y que ellos consideran mas conveniente es la de tipo mensual, con el 64.15%, y además agregaron que las garantías con las que dispusieron y están dispuestos a otorgarles a las instituciones microfinancieras son prendaria, codeudor e hipotecaria.

CUADRO VI. 8 CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES											
MICROEMPRESARIOS CON MICROCRÉDITO VIGENTES											
SI										55	39.01
NO										86	60.99
INSTITUCIONES / OTROS											
CONCEPTOS	BF	BS	BA	BC	CREDIF	CDC	PREST	ACCOVI	OTROS	TOTAL	
MONTO										Q	%
MENOS DE $ 100									1	1	1.85
ENTRE $ 100 Y $ 500	1	3				1	4	3	4	16	29.63
ENTRE $500 Y $2,500	9				2	3			2	16	29.63
ENTRE $2,500 Y $5,000	5	1								6	11.11
$ 5,000 O MÁS	3	1	1	5					5	15	27.78
TOTAL	18	5	1	5	2	4	4	3	12	54	100.00
PLAZO											
MENOS DE 1 MES					1			1		2	3.77
DE 1 A 3 MESES		1				1	4			6	11.32
DE 4 A 6 MESES		2			1			2	3	8	15.09
DE 7 A 12 MESES		1				1			2	4	7.56
MAS DE 12 MESES	18	1	1	5		6			2	33	62.26
TOTAL	18	5	1	5	2	8	4	3	7	53	100.00
FORMA DE PAGO											
DIARIO					1	1	3			5	9.43
SEMANAL	1	4					1	3	5	14	26.42
QUINCENAL										0	0.00
MENSUAL	16	1	1	5	1	3			7	34	64.15
TOTAL	17	5	1	5	2	4	4	3	12	53	100.00
GARANTÍA											
PRENDARIA	9	4			1	2		3	3	22	45.83
SOLIDARIA	1									1	2.08
HIPOTECARIA	2		1	4		2	1			10	20.83
CODEUDOR	5	1		1	1	3	1		1	13	27.08
OTROS										2	4.17
TOTAL	17	5	1	5	2	7	2	3	4	48	100.00
DESTINO											
NEGOCIO											
COMPRA DE MERCADERÍA										43	76.79
COMPRA DE MATERIA PRIMA										1	1.76
COMPRA DE MAQUINARIA										1	1.79
PAGO DE DEUDA										3	5.36
COMPRA DE HERRAMIENTA										1	1.79
COMPRA / MEJORA DEL LOCAL										7	12.50
TOTAL										56	100.00
FAMILIA											
COMPRA / MEJORA DE VIVIENDA										6	37.50
SALUD										3	18.75
EDUCACIÓN										3	18.75
PAGO DE DEUDAS										4	25.00
ADQUISICIÓN DE MUEBLES										0	0.00
TOTAL										16	100.0.

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004

Mediante la información que se presenta en el cuadro V.9, se busca evaluar la calidad del servicio que las instituciones microfinancieras le están prestando a sus clientes, pudiéndose observar que los microempresarios perciben y evalúan excelente o muy bien a los oficiales de crédito y a los servicios adicionales que estas están prestando, tales como: la cantidad de requisitos, tiempo de aprobación, desembolso, facilidad de trámites. Sin embargo, la opinión que estos tienen con respecto a las promociones e incentivos no ha sido muy favorable, ya que estos no han podido satisfacer las necesidades y exigencias que los microempresarios tienen.

CUADRO VI.9.1: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICROCRÉDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES													
CONCEPTO	ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO				CANTIDAD DE REQUISITOS					TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO			
	E[13]	B	R	T	E	B	R	M	T	E	B	R	T
BANCO AGRÍCOLA													
N°		3		3	1	2			3		1	2	3
%		100.0		100.0	33.33	66.67			100.0		33.33	66.67	100.0
BC													
N°	4	1		5	1	4			5	2	2	1	5
%	80.0	20.0		100.0	20.0	80.0			100.0	40.0	40.0	20.0	100.0
BF													
N°	6	12	5	23	8	13	2		23	10	10	3	23
%	26.09	52.17	21.74	100.0	34.78	56.52	8.70		100.0	43.48	43.48	13.05	100.0
ACCOVI													
N°	1	3		4	1	1	2		4	2	1	1	4
%	25.0	75.0		100.0	25.0	25.0	50.0		100.0	50.0	25.0	25.0	100.0
BS													
N°	3	3		6	3	2	1		6	4	1	1	6
%	50.0	50.0		100.0	50.0	33.33	16.67		100.0.	66.67	16.33	16.67	100.0
CAJA DE CRÉDITO													
N°	3	4	2	9	3	5	1		9	2	6	1	9
%	33.33	44.44	22.22	100.0	33.33	55.56	11.11		100.0	22.22	66.67	11.11	100.0
OTROS													
N°	5	2		7	3	4			7	5	2		7
%	71.43	28.57		100.0	42.86	57.14			100.0	71.43	28.57		100.0

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004

CUADRO VI.9.2: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DE MICRO CERDITO RECIBIDOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DE PARTE DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS INSTITUCIONALES.									
CONCEPTO	FACILIDAD DE TRAMITES				PROMOCIONES				
	E[14]	B	R	T	E	B	R	M	T
BANCO AGRÍCOLA									
N°		1	2	3				3	3
%		33.33	66.67	100.0				100.0	100.0
BC									
N°	2	3		5		1	3	1	5
%	40.0	60.0		100.0		20.0	60.0	20.0	100.0
BF									
N°	6	13	4	23		3	9	11	23
%	26.09	56.52	17.39	100.0		13.04	39.13	47.83	100.0
ACCOVI									
N°	1	2	1	4		4			4
%	25.0	50.0	25.0	100.0		100.0			100.0
BS									
N°	4	1	1	6		3	1	2	6
%	66.67	16.67	16.67	100.0		50.0	16.67	33.33	100.0
CAJA DE CRÉDITO									
N°	3	4	2	9		1	5	3	9
%	33.33	44.44	22.22	100.0		11.11	55.56	33.33	100.0
OTROS									
N°	5	2		7		4	1	2	7
%	71.43	28.57		100.0		57.14	14.29	28.57	100.0

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días del 28 al 30 de Junio de 2004

Los microempresarios, en su gran mayoría, requieren financiamiento para poder operar e invertir en su negocios en montos de entre $100 y $5,000 en un 87.04%, aduciendo que este

13. En la evaluaciones se tomo en cuenta E como excelente; B bueno; R regular, M malo; P pésimo. Nota: Las evaluaciones que no aparezcan no obtuvieron ninguna calificación.
14. En la evaluaciones se tomo en cuenta E como excelente; B bueno; R regular, M malo; P pésimo. Nota: Las evaluaciones que no aparezcan no obtuvieron ninguna calificación.

dinero seria únicamente utilizado para el desarrollo de la unidad productiva y en diferentes rubros, como por ejemplo: compra de mercadería y materia prima con un 74.25%, compra o mejora del local con un 12.12% y para adquirir maquinaria y equipo un 6.06%.

Los entrevistados manifestaron la preferencia por hacer efectivo su pago mensual en un 54.55%, el resto de opiniones están distribuidas en otros períodos que van del diario, semanal y quincenal; mencionaron además que el tipo de garantía que ellos pueden ofrecer a las instituciones microfinancieras sería del tipo prendaria y/o codeudor con el 85.25%, hipotecaria en un 13.11%. Estos también manifestaron que les gustaría que evaluaran e incluyeran su negocio como garantía,

Algunas personas consideran que para ellos sería mas conveniente realizar el pago de sus cuotas en el lugar donde se ubica la unidad productiva (47.37%), debido a que esto contribuiría a evitar retrasos en sus pagos y el ahorro de tiempo y dinero; mientras que otras personas consideran que es mas factible ir a la institución financiera (49.12%), porque así ellos llevan un mejor control de sus cuotas canceladas y de esta forma evitan que les lleguen a cobrar en momentos no muy oportunos.

La mayoría de las personas encuestadas comentaron que de entre los productos complementarios al crédito que las instituciones están ofreciendo, ellas prefieren el seguro de vida y el ahorro obligatorio representando el 73.68%.

VI.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR

La encuesta fue llevada a cabo en el municipio durante los días 28 y 29 de junio de los corrientes. Durante su transcurso, el equipo encuestador pudo recoger el siguiente pliego de observaciones de campo relevantes en su contacto con los microempresarios (as) encuestados (as), a saber:

a) Los encuestados coincidieron en considerar demasiado altas las tasas de interés vigentes en el mercado del micro crédito y las ven como los factores más determinantes para tomar la decisión de contratar o no un micro crédito.

b) Cerca de 3 de cada 5 de los (as) microempresarios (as) consultadas señalaron la mala situación de sus ventas y el desfavorable entorno económico actual como una de las principal razón para decidirse a no contratar micro créditos.

c) Al parecer, las tres entidades otorgantes de microcrédito más frecuentemente mencionadas en el municipio, son el Banco de Fomento Agropecuario, la Caja de Crédito y el Banco Agrícola.

d) En lo que se refiere a la periodicidad del pago para la amortización del préstamo, la mayoría de vendedoras del mercado se inclinaron por un sistema de cobros diarios; en cambio, fuera de este segmento, los encuestados manifestaron una preferencia por el cobro mensual. Asimismo, una buena cantidad de los encuestados mencionaron preferir cancelar sus obligaciones en el mismo establecimiento o en el lugar donde tienen radicado su negocio, a efectos de no incurrir en el costo alternativo de desplazarse hasta la sucursal más cercana del intermediario financiero correspondiente.

e) El mercado municipal es un nicho de mercado donde CrediFácil tiene mucha participación. Tal como se pudo sacar en claro, existe una fuerte preferencia entre los y las microempresarias allí localizados por esta fuente de financiamiento, dada la agilidad del procedimiento para desembolsar los préstamos y la facilidad de cumplir con los trámites exigidos.

f) Se pudo detectar que los microempresarios del municipio de Sensuntepeque no están siendo fieles con las instituciones microfinancieras que les prestan los servicios crediticios, al manifestar que se pasarían o contratarían un crédito con aquella que les brinde mejores alternativas.

g) Las instituciones micro financieras no están dando la debida promoción a sus programas de microcrédito, ya que los encuestados mencionaron desconocer la existencia de dichos programas.

h) En su mayoría, los microempresarios no han sido penalizados por el incumplimiento de sus obligaciones y el pago de cuotas, lo que indica que este sector está siendo responsable en el manejo de sus créditos, lo que permitiría la existencia de una cartera sana.

i) La mayor parte de las microempresas en el municipio cuentan con más de un año de funcionamiento, demostrando la estabilidad del sector, el grado de dominio y conocimiento del negocio o la actividad a la cual se dedican.

j) Las mujeres constituyen la mayoría de los clientes potenciales para las instituciones microfinancieras, pero en la actualidad los hombres están ganando terreno en este sector de la economía que está formado por empresarios cuenta propia que manejan sus negocios con una filosofía de subsistencia.

VI.5 CONCLUSIONES

Del cuerpo de análisis descriptivo realizado a lo largo de las páginas previas, se pueden extraer las siguientes grandes conclusiones:

a) La gran mayoría de microempresas en el municipio de Sensuntepeque es liderada por mujeres en edades productivas.

b) El grado de analfabetismo de los microempresarios es relativamente bajo, representando actualmente el 12.77%.

c) Las microempresas se concentran en su mayoría en los alrededores del mercado municipal, siendo el comercio al detalle la actividad predominante.

d) La cantidad de microempresas que pueden clasificarse como de acumulación simple o de acumulación ampliada sobrepasan en un 5.67% a las de subsistencia; indicando que las primeras han evolucionado notablemente. Asimismo, si se les brinda el debido a poyo a las de subsistencia podrían lograr un mejor desarrollo y convertirse en unidades económicas más productivas.

e) Un alto porcentaje de las microempresas cuentan con mas de dos años de funcionamiento y de dedicarse al mismo rubro; demostrando así las estabilidad de este sector.

f) El 63.83% de los microempresarios del municipio de Sensuntepeque cuenta con experiencia crediticia; además han sido responsables en el manejo de sus créditos en el pasado al cumplir con el pago de sus cuotas a su debido tiempo.

g) El 60.39% de los microempresarios no cuenta en la actualidad con un microcrédito por diferentes razones, indicando que este sector tiene capacidad de endeudamiento y que con la debida orientación puede ser convencido de adquirir un crédito, y pasar de ser clientes potenciales a ser verdaderos demandantes de crédito.

h) Algunos de los microempresarios manifestaron por el momento no tener interés de contratar un crédito debido al temor de incurrir en mora, dada la reducción en sus ventas a causa de la temporada lluviosa. Asimismo, mencionaron que sí les interesaría en la época de fin de año ya que prevén que las condiciones mejorarán.

i) Algunos de los empresarios no tienen interés en contratar un crédito por que sus proveedores les proporcionan la mercadería necesaria sin muchos requisitos, ni muchos trámites; prefiriendo en mucho de los casos créditos comerciales.

j) El 92.98% de los empresarios consideran como los factores más importantes para tomar la decisión de adquirir un crédito los siguientes: valor de la tasa de interés, período de aprobación, requisitos solicitados y plazo de pago.

k) De los microempresarios que manifestaron tener la necesidad y el interés de acceder a un crédito, están dispuestos a solicitarlo de inmediato el 40.74%

l) A pesar de que algunos microempresarios mencionaron que no estaban interesados en contratar un microcrédito, existe una buena cantidad de estos a los cuales sí les interesa y están dispuestos a solicitarlo; lo cual indica que existe demanda insatisfecha.

m) Las instituciones que gozan ya de un posicionamiento en el mercado microfinanciero en el municipio son: bancos del sistema financiero que brindan microcréditos, tales como: Banco de Fomento Agropecuario, Banco Salvadoreño y Banco Agrícola, seguidos de las Cajas de Crédito y Financieras con un 42.62%, 21.31% y 16.39% respectivamente.

n) No existe fidelidad por parte de los microempresarios hacia una institución en específico, ya que estos manifestaron que contratarían un crédito con aquella que les brinden mejores alternativas y les ofrezcan mejor servicio.

o) Los montos que los microempresarios requieren para operar se encuentran en el intervalo de $100 a $ 5,000.00 dólares, mencionando que estos montos se utilizarían para invertirlos estrictamente en la unidad productiva.

p) Los microempresarios se inclinan por hacer el pago de sus cuotas en un período mensual, y realizarlo en la institución otorgante del crédito o en el lugar de ubicación de su negocio; con un 49.12% y 47.37% respectivamente, y por ofrecer garantías del tipo prendarias y codeudor.

q) Dentro de los servicios adicionales al crédito, los microempresarios prefieren el ahorro obligatorio con un 73.68%, manifestando además que se sienten satisfechos con los servicios que actualmente les prestan las instituciones microfinancieras.

VII SONDEO DE MERCADO DEL MUNICIPIO DE ZACATECOLUCA, DEPARTAMENTO DE LA PAZ

VII.1 PERFIL DEL GRUPO ENCUESTADO

VII.1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

En el municipio de Zacatecoluca, se pudo comprobar que la mayoría de empresarios son mujeres, tal como puede apreciarse en el cuadro III.1. Estos datos muestran una tendencia similar a la encontrada en el Libro Blanco de la Microempresa (LBM). Asimismo, esta situación está claramente asociada con la ubicación de mujeres empresarias en las actividades de más baja remuneración dentro del sector, ubicándose mayoritariamente en el segmento de subsistencia*. La tendencia del número de mujeres a cargo de una microempresa se mantiene y cabe la posibilidad que en un futuro esta proporción se mantenga, debido a la posición que ocupan en la economía del lugar. Nótese además, que las edades comprendidas de 21 a 40 años ocupa un 50.34% y 21 a 45 años con un 46.94% lo que nos indica que estos rangos de edad son en los que se encuentra concentrado el sector de la microempresa. Como puede comprobarse también, las mujeres ocupan una posición importante como jefes de hogar al relacionar los resultados de las variables sexo y posición en el grupo familiar.

CUADRO VII.1. INFORMACIÓN GENERAL DE LOS ENCUESTADOS

CONCEPTO	Nº	%
SEXO		
▪ HOMBRES	57	38.78
▪ MUJERES	90	61.22
TOTAL	147	100.00
GRUPOS DE EDAD		
▪ DE 18 A 20 AÑOS	3	2.04
▪ DE 21 A 40 AÑOS	74	50.34
▪ DE 41 A 65 AÑOS	69	46.94
▪ MAS DE 65 AÑOS	1	0.68
TOTAL	147	100.00
NUMERO DE DEPENDIENTES		
▪ NINGUNO	13	8.84
▪ DE 1 A3	76	51.70
▪ DE 4 A 7	52	35.37
▪ MAS DE 8	6	4.08
TOTAL	147	100.00
CAPACIDAD DE LEER Y ESCRIBIR		
▪ SI	129	87.76
▪ NO	18	12.24
TOTAL	147	100.00
POSICIÓN EN EL GRUPO FAMILIAR		
▪ JEFE DE HOGAR	113	76.87
▪ NO JEFE DE HOGAR	34	23.13
TOTAL	147	100.00

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004"

Además, se observa que el rango de uno a tres personas dependientes económicamente de ellos (as) es el más frecuente. Por observación del grupo encuestador, estas personas dependientes atienden las actividades de la unidad económica cuando los propietarios atienden alguna actividad imprevista; estas personas (en su mayoría jóvenes) pueden llegar a ser los futuros empresarios. También puede decirse que el nivel de analfabetismo es relativamente bajo en este municipio, demostrándose, en comparación con los datos que menciona el LBM existe una discrepancia entre estos resultados.

VII.1.2 INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LAS MICROEMPRESAS

A la luz de los resultados obtenidos, puede notarse que las dos actividades económicas predominantes son el comercio al detalle y el sector servicios. La mayor proporción de microempresas son dirigidas por cuenta propia, siendo éstos los encargados de realizar todas las actividades competentes, por lo que se les considera a estas como microempresas de subsistencia (1), así como las que tienen de 2 a 5 personas trabajando. También, más de la mitad de microempresas poseen más de 5 años de funcionamiento, lo que nos indica que son empresarios con la capacidad de contratar un microcrédito, debido a la estabilidad que poseen en sus respectivas unidades económicas, logrando una proporción de 35.37% aquellas que

tienen 1 a 4 años de funcionamiento. La gran mayoría no utiliza registros contables pues parece que son microempresas de subsistencia o porque no poseen la cultura de registrar sus operaciones y en la mayoría de los casos no cumplen con los requerimientos de ley.

Finalmente, se observa una fuerte concentración de empresas con ingresos mensuales promedio de entre $100 y $2,500, representando más del 90% del universo muestral. Así, de acuerdo a esos valores, este grupo clasifica dentro del límite estipulado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa para ser considerada como una microunidad productiva.

CUADRO VII.2. INFORMACIÓN GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS		
CONCEPTO	Nº	%
PRINCIPAL RAMA DE ACTIVIDAD		
▪ AGRÍCOLA	0	0.00
▪ PECUARIA	0	0.00
▪ MANUFACTURA	10	6.90
▪ ARTESANÍAS	0	0.00
▪ COMERCIO AL DETALLE	91	62.76
▪ SERVICIOS	42	28.97
▪ CONSTRUCCIÓN	0	0.00
▪ OTROS	2	1.38
T O T A L	145	100.00
CANTIDAD DE PERSONAS TRABAJANDO		
▪ CUENTA PROPIA	90	61.22
▪ DE 2 A5	56	38.10
▪ DE 6 A9	1	0.68
T O T A L	147	100.00

AÑOS DE ESTABLECIDO EL NEGOCIO		
▪ MENOS DE 1 AÑO	14	9.52
▪ DE 1 A 4 AÑOS	52	35.37
▪ MAS DE 5 AÑOS	81	55.10
▪ MAL CLASIFICADOS	0	0.00
T O T A L	147	100.00
UTILIZACIÓN DE REGISTROS DE OPERACIONES		
▪ SI	21	14.29
▪ NO	126	85.71
T O T A L	147	100.00
VALOR PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES (U.S $)		
Menos de $100	17	11.6
Entre $100 y $500	71	48.6
Entre $500 y $2,500	52	35.6
Entre $2,500 y $5,000	5	3.4
Más de $5,000	1	0.7
Subtotal	146	100.0
No clasificadas	1	
Total	147	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

VII.1.3 ANTECEDENTES CREDITICIOS

En lo que respecta a la experiencia crediticia que poseen los empresarios en el municipio de Zacatecoluca, la mayor parte de estos han tenido al menos un crédito, lo cual puede significar que no es un mercado completamente explotado por las instituciones financieras. Los montos que los empresarios han contratado y que sobresalen en los resultados están comprendido entre $100 y $500, lo que demuestra que las instituciones financieras están orientadas al segmento de microempresas de subsistencia*.

En cuanto a la moral de pago, los empresarios encuestados en un 79.59% manifestaron no haberse encontrado en situaciones que les imposibilitaran realizar el pago de su cuota; por lo que solo una pequeña parte de estos ha recibido penalizaciones por atraso en el pago de sus cuotas, lo que refleja una cultura responsable de pago por parte de los usuarios del crédito, indicando a las instituciones financieras la poca existencia de riesgo crediticio en el sector.

CUADRO VII.3: ANTECEDENTES CREDITICIOS DE LOS ENCUESTADOS		
CONCEPTO	Nº	%
EXPERIENCIA CREDITICIA EN EL PASADO		
▪ SI	82	55.78
▪ NO	65	44.22
TOTAL	147	100.00
ÚLTIMOS MONTOS CONTRATADOS EN EL PA SADO		
▪ MENOS DE $ 100	6	4.08
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500	36	24.49
▪ ENTRE $500 Y $2,500	27	18.37
▪ ENTRE $2,500 Y $5,000	3	2.04
▪ $ 5,000 O MÁS	9	6.12
▪ Subtotal	81	55.10
▪ NO CLASIFICADOS	66	44.90
TOTAL	147	
REFINANCIAMIENTO DE CRÉDITOS PASADOS		
▪ SI	30	20.41
▪ NO	117	79.59
TOTAL	147	100.00

RAZONES DE REFINANCIAMIENTO		
▪ FUERZA MAYOR (calamidad publica)	0	0.00
▪ CASO FORTUITO (accidente , robo, enfermedad)	1	0.68
▪ PREMIO DE PAGO PUNTUAL DE CUOTAS	11	7.48
▪ RENEGOCIACIÓN DE DEUDA	17	11.56
▪ OTROS	1	0.68
▪ Subtotal	30	20.41
▪ NO CLASIFICADOS	117	79.59
TOTAL	147	
PENALIZACIONES RECIBIDAS POR RETRASO EN EL PAGO DE CUOTAS		
▪ RECARGO DE INTERESES POR MORA	11	7.43
▪ EMBARGO DE BIENES	0	0.00
▪ NEGACIÓN DE OTORGAMIENTO DE NUEVOS CRÉDITOS	2	1.35
▪ FIADOR OBLIGADO A PAGO DE SALDO INSOLUTO	0	0.00
▪ GRUPO SOLIDARIO PAGO SALDO INSOLUTO	0	0.00
▪ NO SABE / NO RESPONDE	2	1.35
▪ NO APLICA	61	41.22
▪ Subtotal	76	51.35
▪ NO CLASIFICADOS	72	48.65
TOTAL	148	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

VII.2 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA DEMANDA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

VII.2.1 CRÉDITOS VIGENTES Y DISPOSICIÓN A CONTRATAR UNO NUEVO

En este municipio, se logró observar una mayor apertura e interés por parte de las personas abordadas para realizar la encuesta, por lo que el nivel de rechazo fue muy bajo. Esto se debió a que muchas veces no se encontraba el propietario de la unidad económica o no tenían el suficiente tiempo para atender al encuestado.

Asimismo, se observó una gran concentración de la actividad económica en el centro de la ciudad, así como una mayor diversificación de la misma, y la existencia de muchas unidades económicas de reciente creación. La intensidad de esta actividad se concentra principalmente durante las horas de la mañana, aunque el sub-sector de preparación de alimentos se desarrolla principalmente durante las horas de la tarde. La procedencia de muchos microempresarios muchas veces abarca a municipios lejanos como Apopa y San Salvador, así como a municipios aledaños de San Vicente y los alrededores.

CUADRO VII.4: ASPECTOS SOBRESALIENTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	Nº	%
EMPRESARIOS CON MICROCRÉDITOS VIGENTES		
▪ SI	54	36.73
▪ NO	93	63.27
TOTAL	147	100.00
NECESIDAD MANIFESTADA DE CONTRATAR UN MICROCRÉDITO EN LA ACTUALIDAD		
▪ SI	53	36.05
▪ NO	94	63.95
TOTAL	147	100.00
FACTORES ENUNCIADOS COMO DETERMINANTES PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ TASA DE INTERÉS	42	41.18
▪ PERIODO DE APROBACIÓN	16	15.69
▪ REQUISITOS SOLICITADOS	19	18.63
▪ PLAZO	17	16.67
▪ OTROS SERVICIOS PRESTADOS	2	1.96
▪ SERVICIO DEL OFICIAL DE CRÉDITO	0	0.00
▪ COMISIONES Y OTROS GASTOS	1	0.98
▪ CERCANÍA GEOGRÁFICA DE LA INSTITUCIÓN	5	4.90
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	102	100.00
▪ NO CODIFICADOS	95	48.22
TOTAL	197	

RAZONES MANIFESTADAS PARA NO CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ NO NECESITA	44	40.00
▪ NO ES SUJETO DE CRÉDITO	2	1.82
▪ NUNCA LE OFRECIERON CRÉDITO	0	0.00
▪ NO LE GUSTA TENER DEUDAS	0	0.00
▪ NO CONOCEN PROGRAMAS DE CRÉDITO	16	14.55
▪ NO SABE SOLICITARLO	0	0.00
▪ INTERESES MUY ALTOS	3	2.73
▪ NO SABE / NO RESPONDE	4	3.64
▪ OTROS	41	37.27
▪ Subtotal	110	100.00
▪ NO CODIFICADOS	56	33.73
TOTAL	166	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

Del número de empresarios encuestados, el 36.73% poseen crédito vigente en la actualidad, lo que indica que existe una demanda potencial suficientemente atractiva para las instituciones financieras del 63.27%. El factor mas importante a la hora de contratar un crédito para los empresarios es la tasa de interés, alcanzando un 41.18%, seguidamente los requisitos con un 18.63%, y el plazo con un 16.67%. Esto puede deberse a que las instituciones financieras están ofreciendo una tasa de interés alta, exigen demasiados requisitos y el plazo que dan no le son atractivos a los empresarios. Las instituciones pueden atender a este segmento de mercado siempre y cuando las políticas de estas se adecuen a los factores que los empresarios consideran importantes a la hora adquirir un crédito. Entre las razones para no contratar un crédito se destacan: No necesita con un 40%, y Otros con el 37.27%. Parece ser que esto se da por situaciones estacionarias en las ventas, por que tienen créditos vigentes o cuentan con recursos propios para realizar las operaciones en la unidad económica. Solamente el 14.55% no conoce programas de microcrédito, situación que pueden aprovechar las instituciones financieras, poniendo a disposición de los empresarios las diferentes gamas de productos microcrediticios.

VII.2.2 OPCIONES PREFERENCIALES DE LOS CLIENTES O USUARIOS POTENCIALES

La necesidad de los empresarios de contratar un crédito se ve reflejado en un 36.05%, lo que significa que existe este segmento de demanda real que no está siendo atendido por las instituciones financieras existentes en el municipio; por otra parte, las instituciones financieras pueden crear la necesidad de contratar un microcrédito a la demanda potencial que se ve reflejada con un 63.95%. De los empresarios que manifestaron que necesitan un microcrédito,

su interés es tan grande que lo contratarían inmediatamente y se ve reflejado con el 78.19% del 36.05% que dijo tener necesidad de contratar un microcrédito, y de éstos, un 43.43% preferiría hacerlo con la Caja de Crédito, prefiriendo en un segundo lugar prefieren los bancos con un 23.91%. Estos resultados reflejan el posicionamiento que tiene la Caja de Crédito en este municipio, a pesar de que los empresarios afirman que ACCOVI de R.L. les brinda un buen servicio en relación con la Caja de Crédito.

CUADRO VI.5: DESTINOS Y CONDICIONES PREFERIDAS POR EL MICROEMPRESARIO PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
NECESIDAD MANIFESTADA DE CONTRATAR UN MICROCRÉDITO EN LA ACTUALIDAD		
▪ SI	53	36.05
▪ NO	94	63.95
T O T A L	**147**	**100.00**
PERIODO PROYECTADO PARA SOLICITAR UN MICROCRÉDITO		
▪ DE INMEDIATO	43	78.18
▪ EL PRÓXIMO MES	10	18.18
▪ LOS PRÓXIMOS TRES MESES	1	1.82
▪ LOS PRÓXIMOS 6 MESES O MÁS	0	0.00
▪ OTROS	1	1.82
▪ Subtotal	55	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	92	62.59
TOTAL	**147**	
FUENTES PREFERIDAS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ CAJA DE CRÉDITO	20	43.48
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR	0	0.00
▪ BANCOS	11	23.91
▪ FINANCIERAS	5	10.87
▪ AMIGOS O PARIENTES	0	0.00
▪ ONG'S	5	10.87
▪ COOPERATIVAS	4	8.70
▪ OTROS	1	2.17
TOTAL	**46**	**100.00**

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

En lo que se refiere al rango de montos que los empresarios necesitan, las cantidades oscilan entre $100 y $500 con un 47.27%. Esto puede considerarse como el segmento de microempresas de subsistencia, mientras que un 34.55% necesitan entre $500 y $2500. Estos montos pueden estimarse que serán destinados a microempresas de acumulación simple[2]. Más de la mitad de empresarios manifestaron que el destino del crédito seria para la compra de mercadería con un 64.06%, y un 12.50% lo utilizarían para compra de materia prima. Estos destinos son los más frecuentes en el sector de la microempresa en el municipio de Zacatecoluca. El período de pago que mas conviene a los usuarios del crédito seria mensual con un 45.45%. Esta proporción la podemos relacionar con aquellas microempresas que se consideran dentro de la clasificación de acumulación simple; el 23.64% manifiestan que les gustaría realizar el pago de su cuota de forma semanal y el 20% están dispuesto hacerlo diariamente. Estos dos últimos resultados indican que el sector que prefiere estas modalidades de pago parece ser que son microempresas de subsistencia. (VER CUADRO III.6, SECCIÓN I)

[2] Según clasificación del Libro Blanco de la Microempresa Pág. 6

CUADRO VII.6: CONDICIONES PREFERIDAS POR LOS MICROEMPRESARIOS PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
CONCEPTO	**N°**	**%**
EL MONTO ESTIMADO		
▪ MENOS DE $ 100	5	9.09
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500	26	47.27
▪ ENTRE $500 Y $2,500	19	34.55
▪ ENTRE $2,500 Y $5,000	3	5.45
▪ $ 5,000 O MÁS	2	3.64
▪ Subtotal	55	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	92	62.59
TOTAL	**147**	
DESTINO POTENCIAL DEL MICROCRÉDITO		
▪ COMPRA DE MERCADERÍA	41	64.06
▪ COMPRA DE MATERIA PRIMA	8	12.50
▪ COMPRA DE MAQUINARIA	3	4.69
▪ PAGO DE DEUDA	4	6.25
▪ COMPRA DE HERRAMIENTAS	2	3.13
▪ GASTOS FAMILIARES	0	0.00
▪ COMPRA / MEJORA DE VIVIENDA	1	1.56
▪ COMPRA / MEJORA DEL LOCAL	1	1.56
▪ OTROS	4	6.25
TOTAL	**64**	**100.00**
FORMA DE PAGO MÁS CONVENIENTE PARA MICROEMPRESARIO		
▪ DIARIO	11	20.00
▪ SEMANAL	13	23.64
▪ QUINCENAL	6	10.91
▪ MENSUAL	25	45.45
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	55	100.00
▪ NO CLASIFICADOS	93	62.84
TOTAL	**148**	

TIPO DE GARANTÍA HA SER OFRECIDA PARA CONTRATAR UN MICROCRÉDITO		
▪ PRENDARIA	45	75.00
▪ SOLIDARIA	0	0.00
▪ HIPOTECARIA	0	0.00
▪ CODEUDOR	15	25.00
▪ OTROS	0	0.00
TOTAL	**60**	**100.00**
LUGAR MAS CONVENIENTE PARA EFECTUAR EL PAGO DE LA CUOTA		
▪ EN EL DOMICILIO	2	3.28
▪ EN EL NEGOCIO	30	49.18
▪ EN LA INSTITUCIÓN	29	47.54
▪ OTROS	0	0.00
TOTAL	**61**	**100.00**
PREFERENCIA POR OTROS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL OTORGAMIENTO DEL MICROCRÉDITO		
▪ SEGURO DE NO PAGO	3	4.48
▪ SEGURO DE VIDA	29	43.28
▪ AHORRO OBLIGATORIO	24	35.82
▪ TARJETA DE CRÉDITO	1	1.49
▪ SEGURO DE DESEMPLEO	1	1.49
▪ CAPACITACIÓN	4	5.97
▪ ASISTENCIA TÉCNICA	5	7.46
▪ OTROS	0	0.00
▪ Subtotal	67	100.00
▪ NO CLASIFICADAS	102	60.36
TOTAL	**169**	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

Según datos del cuadro III.6, sección II, puede observarse que al 75% de los empresarios les gustaría adquirir los créditos con garantía prendaria, ya que según comentarios de los entrevistados es la que pueden ofrecer de forma inmediata. Tan solo el 25% tienen la capacidad de garantizar sus créditos con codeudores.

El 49.18% de los empresarios encuestados prefieren que las instituciones financieras realicen el cobro respectivo en el negocio, al parecer para evitar suspender las operaciones de la unidad económica, no siendo tanta la diferencia de aquellos empresarios que prefieren realizar el pago en las instituciones correspondientes. Finalmente, los usuarios prefieren productos complementarios como el seguro de vida y el ahorro con el 43.28% y el 35.82% respectivamente.

VII.3 PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA OFERTA MICROCREDITICIA EN EL TERRITORIO

VII.3.1 PRINCIPALES OFERENTES IDENTIFICADOS

Según los datos que muestra el cuadro III.7, la Caja de Crédito acapara un 32.61% del total de la muestra, mientras que el banco PROCREDIT atiende el 20.65% del mismo segmento del mercado, mientras que los prestamistas particulares juegan un papel importante pues tienen una participación del 13.04%, indicando que estos tienen una mayor penetración en el

mercado microcrediticio. Cabe mencionar el lugar que ocupan los prestamistas particulares, lo cuales tienen mayor participación por sí mismos que el resto de instituciones financieras. Esto puede ser debido a que los prestamistas exigen poca o ninguna clase de requisitos.

CUADRO VII.7: OFERTA IDENTIFICADA DE MICROCRÉDITO EN EL MUNICIPIO			
CONCEPTO		N°	%
▪ PROVEEDORES		1	1.09
▪ CAJA DE CRÉDITO		30	32.61
▪ PRESTAMISTA PARTICULAR		12	13.04
▪ BANCOS	BANCO HIPOTECARIO	1	1.09
	BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	5	5.43
	BANCO SALVADOREÑO	1	1.09
	BANCO AGRÍCOLA		0.00
	BANCO DE COMERCIO	3	3.26
	BANCO CUSCATLAN		0.00
	BANCO PROCREDIT	19	20.65
	BANCO DE LOS TRABAJADORES		0.00
	NO IDENTIFICADO	2	2.17
▪ FINANCIERAS	ACCOVI	8	8.70
▪ AMIGOS O PARIENTES			0.00
▪ ONG'S	PROFIM	1	1.09
	FUSAI	3	3.26
	CREFAC		0.00
	ADES		0.00
	REDES		0.00
	NO IDENTIFICADO	1	1.09
▪ COOPERATIVAS	ACACYPAC		0.00
	FIGAPE		0.00
	COMEDICA		0.00
▪ BANCOS COMUNALES		4	4.35
▪ OTROS	FUSADES, CONAMYPE	1	1.09
	Subtotal	92	100.00
▪ MAL CLASIFICADOS		66	41.77
TOTAL		**158**	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

VII.3.2 VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

Del 100% de los empresarios entrevistados, el 63.27% no tiene microcrédito vigente con ninguna institución financiera, por lo que se considera que existe demanda potencial por falta de cobertura. Del 36.73% que manifestaron que sí tenían microcrédito, el monto que las instituciones financieras están otorgando con más frecuencia se encuentra en el intervalo de $100 a $500, siendo el Banco PROCREDIT y la Caja de Crédito quienes están ofreciendo este tipo de microcrédito. Otro rango que los usuarios están utilizando es el comprendido entre $500 y $2500. Este segmento de mercado está siendo atendido por las instituciones antes mencionadas. El plazo para solventar su deuda vigente, con el cual la mayor parte de los empresarios está trabajando, es el período de más de un año y tan solo una pequeña proporción tienen un plazo para pagar de uno a tres meses. Puede considerarse a esta última proporción como aquellas empresas de subsistencia, por el monto y el corto período que contratan sus créditos.

CUADRO VII.8: CONDICIONES DE LOS CRÉDITOS VIGENTES		
CONCEPTO	**N°**	**%**
MICROEMPRESARIOS CON MICROCRÉDITOS VIGENTES		
▪ SI	54	36.73
▪ NO	93	63.27
TOTAL	147	100.00

M O N T O

INSTITUCIÓN / OTROS	BH	BF	BS	BA	BC	BCU	FD	FM	BP	BT	CAM	CDC	ADEL	PREST.	ADES	ACT	FUSAI	ACCOVVI	ACACYPAC	ACCOVI	AMIGO	TOTAL Nº	TOTAL %
▪ MENOS DE $ 100											1			2								3	5.26
▪ ENTRE $ 100 Y $ 500			1			1		1	5		1	4		5		1	3			2		24	42.11
▪ ENTRE $500 Y $2,500				1			1		4			7					3			2		18	31.58
▪ ENTRE $2,500 Y $5,000												1								1		2	3.51
▪ $ 5,000 O MÁS									3			7										10	17.54
▪ Subtotal	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	19	0	7	0	1	6	0	0	5	0	57	100.00
▪ NO CLASIFICADOS												1								2		3	5.00
TOTAL	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	20	0	7	0	1	6	0	0	7	0	60	

PLAZO

▪ MENOS DE 1 MES																						0	0.00
▪ DE 1 A3 MESES								1			1	6		7			2			3		20	35.09
▪ DE 4 A6 MESES			1						4		1					1				1		8	14.04
▪ DE 7 A12 MESES									1			2					3					6	10.53
▪ MAS DE 12 MESES				1		1	1		7			11					1			1		23	40.35
▪ Subtotal	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	19	0	7	0	1	6	0	0	5	0	57	100.00
▪ NO CLASIFICADOS												1								2		3	5.00
TOTAL	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	20	0	7	0	1	6	0	0	7	0	60	

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

Puede observarse en el cuadro III.8, sección II, que casi la tercera parte de los créditos vigentes ha sido utilizada para la compra de mercadería y un 12.28% para la compra de materia prima en lo que se refiere al negocio; si comparamos los destinos de microcrédito entre el negocio y la familia, se puede identificar que un 50% es utilizado para la compra o mejora de viviendas y un 25% para pagar deudas familiares.

DESTINO																							
NEGOCIO																							
▪ COMPRA DE MERCADERÍA																						42	73.68
▪ COMPRA DE MATERIA PRIMA																						7	12.28
▪ COMPRA DE MAQUINARIA																						3	5.26
▪ PAGO DE DEUDA																						1	1.75
▪ COMPRA DE HERRAMIENTAS																						0	0.00
▪ COMPRA / MEJORA DEL LOCAL																						2	3.51
▪ OTROS																						2	3.51
▪ Subtotal																						57	100.00
▪ NO CLASIFICADOS																						96	62.75
TOTAL																						153	
FAMILIA																							
▪ COMPRA / MEJORA DE VIVIENDA																						4	50.00
▪ SALUD																						0	0.00
▪ EDUCACIÓN																						1	12.50
▪ PAGOS DE DEUDAS																						2	25.00
▪ ADQUISICIÓN DE MUEBLES Y ENSERES																						0	0.00
▪ OTROS																						1	12.50
▪ Subtotal																						8	100.00
▪ NO CLASIFICADOS																						141	94.63
TOTAL																						149	

Según el cuadro III.8, sección III, el período de pago que sobresale en los microcréditos vigentes es el mensual. Esto se relaciona con la forma de pago que mas le conviene a los empresarios (as), la cual están demandando (ver cuadro III.6). Puede decirse que los empresarios se encuentran en su mayoría destinando mayor proporción del monto del microcrédito contratado para la unidad económica, indicando a las instituciones financieras que estos microcréditos están logrando el objeto para el cual han sido creados. Las garantías que se manejan con los microcréditos vigentes tienen relación con las del cuadro III.6: en este caso, nos referimos a las garantías prendarias, ya que las vigentes alcanzan un 54.35%. De igual manera, los codeudores como garantía alcanzaron un 28.26%, lo que quiere decir que a los empresarios les es factible ofrecer este tipo de garantía.

FORMA DE PAGO																							
▪ DIARIO												5		7						3		15	26.79
▪ SEMANAL			1					1	1		1						3			1		8	14.29
▪ QUINCENAL											1											1	1.79
▪ MENSUAL				1		1	1		11			12				1	3			1		31	55.36
▪ OTROS												1										1	1.79
▪ Subtotal	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	18	0	7	0	1	6	0	0	5	0	56	100.00
▪ NO CLASIFICADOS												2								2		4	6.67
TOTAL	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	20	0	7	0	1	6	0	0	7	0	60	
GARANTÍA																							
▪ PRENDARIA								1	10		1	6					4			3		25	54.35
▪ SOLIDARIA																	1					1	2.17
▪ HIPOTECARIA									2			5										7	15.22
▪ CODEUDOR			1	1			1				1	6				1				2		13	28.26
▪ OTROS																						0	0.00
▪ Subtotal	0	0	1	1	0	0	1	1	12	0	2	17	0	0	0	1	5	0	0	5	0	46	100.00
▪ NO CLASIFICADOS						1						3		7			1			2		14	23.33
TOTAL	0	0	1	1	0	1	1	1	12	0	2	20	0	7	0	1	6	0	0	7	0	60	

ACCOVI DE R. L. es la institución mejor evaluada, calificándola como buena según criterio de los empresarios. Estos resultados reflejan y a la vez abren la posibilidad al resto de IMF'S que se interesen por mantener en constante capacitación a sus oficiales de crédito, para brindar una excelente atención y servicio al cliente.

Al referirnos la cantidad de requisitos que exigen las instituciones financieras, los empresarios consideran que la institución antes mencionada les permite mayor accesibilidad a la hora de contratar un crédito, mientras que en el tiempo de aprobación y desembolso la institución mejor evaluada es FUSAI, considerada como excelente en esta categoría. En lo que respecta a la facilidad de trámites, nuevamente lo resultados son buenos para ACCOVI. Por otra parte al referirnos a las promociones brindadas por las instituciones financieras, la calificación favorece a ACCOVI de R.L., teniendo nuevamente una buena calificación. Si bien es cierto que ACCOVI de R.L. es bien evaluada en las diferentes categorías, estos resultados no pueden ser comparados con el resto de instituciones ya que parece ser que esta institución atiende otro segmento de mercado (créditos mayores a $2500).

ACCOVI					
ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO					
E	B	R	M	P	T
1	6				7
14.29	85.71	0.00	0.00	0.00	100.00
CANTIDAD DE REQUISITOS					
E	B	R	M	P	T
1	6				7
14.29	85.71	0.00	0.00	0.00	100.00
TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO					
E	B	R	M	P	T
3	4				7
42.86	57.14	0.00	0.00	0.00	100.00
FACILIDAD DE TRAMITES					
E	B	R	M	P	T
1	6				7
14.29	85.71	0.00	0.00	0.00	100.00
PROMOCIONES					
E	B	R	M	P	T
1	4	2			7
14.29	57.14	28.57	0.00	0.00	100.00

CAJA DE CRÉDITO					
ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO					
E	B	R	M	P	T
1	16	3			20
5.00	80.00	15.00	0.00	0.00	100.00
CANTIDAD DE REQUISITOS					
E	B	R	M	P	T
1	15	3	1		20
5.00	75.00	15.00	5.00	0.00	100.00
TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO					
E	B	R	M	P	T
8	9	3			20
40.00	45.00	15.00	0.00	0.00	100.00
FACILIDAD DE TRAMITES					
E	B	R	M	P	T
3	15	2			20
15.00	75.00	10.00	0.00	0.00	100.00
PROMOCIONES					
E	B	R	M	P	T
2	11	5	2		20
10.00	55.00	25.00	10.00	0.00	100.00

BANCO PROCREDIT					
ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO					
E	B	R	M	P	T
2	9		1		12
16.67	75.00	0.00	8.33	0.00	100.00
CANTIDAD DE REQUISITOS					
E	B	R	M	P	T
2	7	1	2		12
16.67	58.33	8.33	16.67	0.00	100.00
TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO					
E	B	R	M	P	T
5	5	2			12
41.67	41.67	16.67	0.00	0.00	100.00
FACILIDAD DE TRAMITES					
E	B	R	M	P	T
4	6	1	1		12
33.33	50.00	8.33	8.33	0.00	100.00
PROMOCIONES					
E	B	R	M	P	T
2	1	6	3		12
16.67	8.33	50.00	25.00	0.00	100.00

FUSAI					
ATENCIÓN DEL OFICIAL DE CRÉDITO					
E	B	R	M	P	T
2	4				6
33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
CANTIDAD DE REQUISITOS					
E	B	R	M	P	T
3	2		1		6
50.00	33.33	0.00	16.67	0.00	100.00
TIEMPO DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO					
E	B	R	M	P	T
5	1				6
83.33	16.67	0.00	0.00	0.00	100.00
FACILIDAD DE TRAMITES					
E	B	R	M	P	T
2	4				6
33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
PROMOCIONES					
E	B	R	M	P	T
	1	2	3		6
0.00	16.67	33.33	50.00	0.00	100.00

Fuente Encuesta FOMIR II DAI realizada durante los días 5, 6 y 7 de julio de 2004

VII.4 OBSERVACIONES RELEVANTES DE CAMPO DEL EQUIPO ENCUESTADOR

La encuesta fue llevada a cabo en el municipio durante los días 5, 6 y 7 de julio de los corrientes. Durante ese transcurso, el equipo encuestador pudo recoger el siguiente pliego de observaciones de campo relevantes en su contacto con los microempresarios (as) encuestados (as), a saber:

Aspectos de la Demanda

Se observó la existencia de un gran segmento de demanda insatisfecha, y que además los usuarios de microcrédito no se encuentran a gusto con los servicios prestados en la actualidad por las instituciones financieras, principalmente con respecto a la Caja de Crédito y a Banco ProCredit (ex - Financiera Calpiá). Las principales quejas giran en torno a las condiciones de los microcréditos, tales como el tipo de garantía exigido, ya que los usuarios manifestaron que les pedían un codeudor así como también constancias de empleo.

Las personas entrevistadas manifestaron no tener preferencias por el tipo de proveedor de crédito, aunque sí por que la oferta de este servicio venga acompañada de menores tasas de interés. Otro aspecto fundamental para los entrevistados fue la necesidad de tomar en cuenta la estacionalidad de los negocios en el municipio, ya que señalaron que estarían dispuestos a solicitar un crédito durante la estación de septiembre a diciembre, período durante el cual los negocios mejoran sus ventas.

Otro aspecto que se logró identificar es que existe una alta rotación en los créditos, ya que los usuarios del crédito prefieren hacer pagos anticipados para cancelar sus créditos en menor tiempo y volver a contratarlos nuevamente. Este comportamiento se explica porque los usuarios no estaban satisfechos ni con las tasas de interés ni con los plazos con los que se ofrece el microcrédito en el municipio, así como por la situación de incertidumbre en las ventas y en el entorno económico en general. Esta situación provoca también que los usuarios manejen varios créditos simultáneamente, unos con instituciones formales y los otros con prestamistas particulares, principalmente en el sector del mercado municipal.

Aspectos de la Oferta

En este municipio, se observó que los servicios de microcrédito no responden a las demandas concretas de los usuarios. De igual forma, algunos servicios complementarios como el ahorro obligatorio suscitan quejas por parte de estos ya que existe la percepción de que estos no son manejados con transparencia (por ejemplo, el ahorro obligatorio en una institución no puede ser retirado hasta un año después de cancelado el crédito). Estos servicios además se limitan al ahorro obligatorio y al seguro de vida.

De igual forma, se comprobó la presencia de bancos comunales en este municipio, los cuales atendían principalmente a empresarias del sector del mercado. Estos, junto con la Caja de Crédito y el Banco ProCredit, son las instituciones que están bien posicionadas en los diferentes segmentos del mercado de servicios de microcrédito, mientras que FUSAI y ACCOVI cuentan con cuotas del mercado importantes.

VII.5 CONCLUSIONES

La actividad económica del sector en este municipio es altamente diversificada, no así la oferta de servicios de microcrédito, los cuales son percibidos como poco flexibles (debido a plazos, tasas de interés). Existe un alto grado de insatisfacción entre los usuarios por los servicios recibidos, lo cual puede representar una oportunidad para nuevos actores en el municipio.

Asimismo, existen graves problemas en materia de manejo transparente de la información sobre las condiciones del crédito, lo que se encuentra en la raíz de las quejas de los usuarios.

Finalmente, un factor clave que ha aparecido en el resto de municipios considerados, y que es fundamental en el caso de Zacatecoluca, es el factor de la estacionalidad, cosa que deberá ser tomada en cuenta en los análisis posteriores.

EN CUANTO A LA OFERTA

a) La Caja de Crédito y el Banco Procredit son las IMF'S que tienen mayor posicionamiento, esto a pesar de las quejas expresadas por los empresarios sobre la atención que les brinda la Caja de Crédito.

b) Existe una demanda potencial por la falta de cobertura de las IMF'S en el territorio que puede ser atendida por cualquier institución que tenga interés en ofrecer sus productos crediticios.

c) La financiera ACCOVI de R.L. tiene presencia y es conocida en este municipio, a la vez fue una de las instituciones mejor evaluadas, según el criterio de los empresarios, a pesar que el segmento de mercado que se encuentra atendiendo (créditos arriba de $2500) es diferente con respecto a las demás instituciones.

d) El destino de los créditos vigentes ha sido dirigido mayoritariamente para la compra de mercadería, es decir que los destinos de los créditos contratados son relativamente poco utilizados en operaciones ajenas a la unidad económica. Por lo tanto, los microcréditos están logrando el objetivo de su creación.

e) Los tipos de garantías con los que disponen la mayor parte de empresarios para tener acceso a microcréditos son prendarias y codeudor(es).

f) El período de pago que mayormente utilizan y que a la vez es mas conveniente para algunos empresarios es el mensual, mientras que para el sector de comercio al detalle, el grupo de microempresas de subsistencia, realiza el pago de sus cuotas diariamente.

g) Los prestamistas particulares manejan una cartera de clientes considerable en el sector de comercio al detalle, el cual puede ser atendido por cualquier IMF.

h) La mayoría de IMF'S se encuentran ofreciendo productos crediticios similares, donde las variantes mas comunes son el monto y el plazo.

EN CUANTO A LA DEMANDA

a) La mayor parte de empresarios (as) consideran que los factores más importantes al momento de contratar un microcrédito son la tasa de interés, requisitos, plazo, el período de aprobación y desembolso.

b) Más de la tercera parte de empresarios tienen la necesidad o la proyección de adquirir un microcrédito de inmediato.

c) Existe una parte del mercado que es atractiva dado que manifiestan que no poseen crédito vigente porque no conocen programas de microcrédito.

d) Pudo constatarse que más de la tercera parte de empresarios manifestaron no contratar un microcrédito debido a otras razones, por ejemplo: poseen créditos, reciben remesas, ventas estacionarias, el negocio es autofinanciable, etc.

e) Las instituciones que prefieren los empresarios para contratar un microcrédito son: Caja de Crédito, Bancos (Banca Comercial), Financiera (ACCOVI de R.L.) y ONG's.

f) Los montos más solicitados son de $100 y $500, por empresarios considerados como del segmento de la microempresa de subsistencia.

g) Al referirnos al destino potencial del crédito, la mayoría de empresarios lo utilizaría para la compra de mercadería, mientras que una parte relativamente baja para la compra de materia prima.

h) Según los interesados, la forma de pago que más les convendría es el mensual en la categoría de microempresas de acumulación simple, y las microempresas de subsistencia prefieren el pago diario y semanal.

i) La garantía con el cual respaldarían el préstamo es la prendaria y con codeudor, ya que a esta es a la que la mayoría de empresarios tiene acceso.

j) La mayoría de los encuestados manifestaron que preferirían que la IMF con la que contratarían el microcrédito envíe un oficial de crédito a su negocio a realizar el cobro de la cuota (microempresas de subsistencia); la otra parte manifestó que preferiría realizar el pago en la institución (microempresas de acumulación simple y acumulación ampliada)

k) Como producto complementario al microcrédito, los empresarios prefieren el seguro de vida, el ahorro obligatorio y la capacitación y asistencia técnica.

BIBLIOGRAFÍA

- AMPES, BMI, CRS, FOMMI, FUNDE, FUSADES/PROPEMI, GENESSIS, GTZ/ANEP, SRN/GTZ, MADE/UCA, Ministerio de Economía y USAID, "Libro Blanco de la Microempresa", 2ª edición, San Salvador, El Salvador, Centroamérica, octubre de 1997.

- "Estudio de Ubicación Geográfica y Género de los Clientes de 11 Instituciones", pp.7 artículo aparecido en la revista "MicroEnfoque", abril 2004, una publicación trimestral del proyecto FOMIR II-DAI, patrocinada con fondos de USAID/El Salvador.

- Lázaro Apolaya, William, "Técnicas de Muestreo Estadístico", fotocopia de documento, sin fecha ni lugar de publicación.

- Proyecto FOMIR II-DAI, "Listado Comparativo de Clientes por Municipio. Datos de Créditos a Marzo 2004", documento sin editar, preparado por Rutilio García, Coordinador de Información Local.

ANEXOS

Anexo 1: Boleta de Encuesta

2

MÓDULO 1: INFORMACIÓN PERSONAL Y CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD PRODUCTIVA

INFORMACIÓN PERSONAL

101. Sexo del Informante

1. Masculino
2. Femenino

102. Edad

Años

103. Número de Miembros del Grupo Familiar

Personas

104. Número de Dependientes

Personas

105. ¿Sabe Leer y Escribir?

1. Sí
2. No

106. ¿Es el Jefe(a) de Hogar?

1. Sí
2. No

INFORMACIÓN SOBRE LA UNIDAD PRODUCTIVA

107. Actividad Económica Predominante

01. Agrícola
02. Pecuaria
03. Manufactura
04. Artesanías
05. Comercio Al Detalle
06. Servicios
07. Construcción
08. Otros

108. Dirección del Negocio

109. Número de Personas Trabajando en la Unidad Productiva

Personas

110. Valor Promedio de Ventas Mensuales

01. Menos de $100
02. Entre $100 y $500
03. Entre $500 y $2,500
04. Entre $2,500 y $5,000
05. $5,000 o más

111. ¿Cuántos Años de Funcionamiento Tiene la Unidad

Años

112. ¿Lleva Algún Tipo de Registro o Contabilidad?

1. Sí
2. No

Observaciones: _____

3

MÓDULO 2: DEMANDA DE MICROCRÉDITO

201. ¿Necesita Crédito en la Actualidad?

1. Sí
2. No (Pase a Pregunta 211)

202. ¿Cuáles Son los Factores más Importantes para que Usted Solicite un Microcrédito?

01. Tasa de Interés
02. Período de Aprobación
03. Requisitos Solicitados
04. Plazo
05. Otros Servicios Prestados
06. Servicio del Oficial de Crédito
07. Comisiones y Otros Gastos
08. Cercanía Geográfica de la Institución
09. Otros

203. ¿Cuál Sería el Destino del Crédito?

01. Compra de Mercaderías
02. Compra de Materia Prima
03. Compra de Maquinaria
04. Pago de Deudas
05. Compra de Herramientas
06. Gastos Familiares
07. Compra/mejora de vivienda
08. Compra/mejora de local
09. Otros

204. ¿Cuál Es el Monto que Necesitaría?

01. Menos de $100
02. Entre $100 y $500
03. Entre $500 y $2,500
04. Entre $2,500 y $5,000
05. $5,000 o más

205. ¿Cómo Garantizaría Usted el Crédito Solicitado?

01. Prendaria
02. Solidaria
03. Hipotecaria
04. Codeudor
05. Otros

206. ¿Cuál Sería el Período de Pago que más le Convendría?

01. Diaria
02. Semanal
03. Quincenal
04. Mensual
05. Otros

207. ¿En Cuánto Tiempo Estaría Usted Solicitando el Crédito?

01. En los próximos tres días o menos
02. La próxima semana
03. La próxima quincena
04. El próximo mes
05. En los próximos tres meses
06. En los próximos seis meses o más
07. Otros

208. ¿Qué Forma de Hacer Efectivo el Pago de su Crédito Sería más Conveniente?

01. Domicilio
02. Negocio
03. Institución
04. Otros

209. ¿Qué Otros Servicios le Gustaría Recibir con el Crédito?

01. Seguro de No Pago
02. Seguro de Vida
03. Ahorro Obligatorio
04. Tarjeta de Crédito
05. Seguro de Desempleo
06. Capacitación
07. Asistencia Técnica
08. Otros

210. ¿Con Qué Tipo de Institución le Interesaría Contratar un Microcrédito? (Fin del Módulo)

01. Caja de Crédito
02. Prestamista Particular
03. Bancos
04. Financieras
05. Amigos o Parientes
06. ONGs
07. Cooperativa
08. Otros

211. ¿Cuáles Son las Razones por las Cuales No le Interesa Contratar un Crédito? (Fin del Módulo)

01. No necesita
02. No es sujeto de crédito
03. Nunca le ofrecieron crédito
04. No conoce programas de crédito
05. No le gusta tener deudas
06. No sabe solicitarlo
07. Intereses muy altos
08. No sabe/no responde
09. Otros

Observaciones: _____

4

MÓDULO 3: OFERTA DE MICROCRÉDITO

301. ¿Ha Manejado un Crédito en el Pasado?

1. Sí (Pase a la Pregunta 303)
2. No

302. ¿Cuáles Han Sido las Razones por las que No Ha Tenido Crédito? (Pase a la Pregunta 312)

01. No necesitó
02. No es sujeto de crédito
03. Nunca le ofrecieron crédito
04. No conoce programas de crédito
05. No le gusta tener deudas
06. No sabe solicitarlo
07. Intereses muy altos
08. No sabe/no responde
09. Otros

303. Si Sí, ¿Con Quién?

01. Proveedores
02. Caja de Crédito
03. Prestamista Particular
04. Bancos
05. Financieras
06. Amigos o Parientes
08. ONGs
09. Cooperativa
10. Bancos Comunales
11. Otros

304. ¿Cuál Fue el Monto del Préstamo?

01. Menos de $100
02. Entre $100 y $500
03. Entre $500 y $2,500
04. Entre $2,500 y $5,000
05. $5,000 o más

305. ¿Cuál Fue el Destino del Crédito?

01. Compra de Mercaderías
02. Compra de Materia Prima
03. Compra de Maquinaria
04. Pago de Deudas
05. Compra de Herramientas
06. Gastos Familiares
07. Compra/mejora de vivienda
08. Compra/mejora de local
09. Otros

306. ¿Qué Tipo de Garantías Fueron Exigidas?

01. Prendaria
02. Solidaria
03. Hipotecaria
04. Codeudor
05. Otros

307. Periodicidad de los Pagos

01. Diaria
02. Semanal
03. Quincenal
04. Mensual
05. Otros

308. ¿Qué Otros Servicios Recibió con el Crédito?

01. Seguro de No Pago
02. Seguro de Vida
03. Ahorro Obligatorio
04. Tarjeta de Crédito
05. Seguro de Desempleo
06. Capacitación
07. Asistencia Técnica
08. Otros

309. De los Préstamos Contratados, ¿Algunos de Ellos Han Sido Refinanciados?

1. Sí
2. No (Pase a la Pregunta 311)

310. Si Sí, ¿Cuáles Fueron las Razones?

01. Fuerza Mayor (Calamidad pública)
02. Caso Fortuito (Accidente, Robo, Enfermedad)
03. Premio por Pago Puntual de Cuotas
04. Renegociación de Deuda
05. Otros

311. ¿Alguna Vez Se Ha Encontrado Usted en Alguna de las Siguientes Situaciones?

01. Recargo de Intereses Por Pago Atrasado
02. Embargo de Bienes
03. Negación de Otorgamiento de Nuevos Créditos
04. Fiador Obligado a Pago de Saldo Insoluto
05. Grupo Solidario Obligado a Pago Saldo Insoluto
06. No Sabe/No Responde
07. No Aplica

312. ¿Podría Usted Señalar Qué Fuentes de Microcrédito Hay en el Municipio?

01. Caja de Crédito
02. Prestamista
03. Bancos
04. Financieras
05. Amigos o Parientes
06. ONGs
07. Cooperativa
08. Otros

5

MÓDULO 3: OFERTA DE MICROCRÉDITO (Cont.)

313. ¿Tiene en la Actualidad Algún Microcrédito Vigente? 1. Sí 2. No (Fin del Módulo)

314. Si Sí, Por Favor Completar la Siguiente Información.

Crédito	Institución	Monto	Cuota	Tasa de Interés	Plazo	Forma de Pago	Garantía	Otros Servicios
1								
2								
3								
4								
5								

315. Tiene más de 5 créditos vigentes 1. Sí 2. No

316. Por Favor Califique los Servicios de Microcrédito Recibidos

		Atención del Oficial de Créditos					Cantidad de Requisitos					Tiempo de Aprobación y Desembolso					Facilidad de Trámites					Promociones				
Crédito	Institución	EX	B	R	M	P	EX	B	R	M	P	EX	B	R	M	P	EX	B	R	M	P	EX	B	R	M	P
1																										
2																										
3																										
4																										
5																										

EX = Excelente B = Bueno R = Regular M = Malo P = Pésimo

317. ¿Cuál Ha Sido el Destino de los Créditos Mencionados Anteriormente?

Negocio			Familia		
01. Compra de Mercaderías			01. Compra y/o Mejora de Vivienda		
02. Compra de Materia Prima			02. Salud		
03. Compra de Maquinaria			03. Educación		
04. Pago de Deudas			04. Pago de Deudas del Hogar		
05. Compra de Herramientas			05. Adquisición de Muebles y Enseres		
06. Compra y/o Mejora del Local			06. Otros		
07. Otros					

Observaciones:

Anexo 2: Bitácora de Campo

A N E X O I I: B I T A C O R A D E C A M P O P O R M U N I C I P I O
I.1 OBSERVACIONES O COMENTARIOS HECHOS POR LAS PERSONAS ENCUESTADAS
I.1.1 SOBRE EL INSTRUMENTO O EL PROCESO DEL LEVANTAMIENTO DE LA ENCUESTA
✓
✓
✓
✓
✓
I.1.2 SOBRE LA DEMANDA DE MICROCREDITO
✓
✓
✓
✓
✓
I.1.2 SOBRE LA OFERTA DE MICROCREDITO
✓
✓
✓
✓
✓
II.2 OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
II.1.1 SOBRE EL INSTRUMENTO O EL PROCESO DEL LEVANTAMIENTO DE LA ENCUESTA
✓
✓
✓
✓
✓
II.1.2 SOBRE LA DEMANDA DE MICROCREDITO
✓
✓
✓
✓
✓
II.1.3 SOBRE LA OFERTA DE MICROCREDITO
✓
✓
✓
✓
✓